



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE
EMPANADAS DE PAPA CHINA (Colocasia Esculenta), PARA LOS
AUTOSERVICIOS Y CAFETERÍAS EN LA CIUDAD DE LOJA”

*TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
GRADO DE INGENIERA COMERCIAL.*

AUTORA:

Lus Angelina Paqui Zhunaula

DIRECTOR DE TESIS:

Ing. Ney Alfredo Gallardo

LOJA - ECUADOR

2016

Ing. Ney Alfredo Gallardo, DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL ÁREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

CERTIFICA:

Que la tesis titulada: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE EMPANADAS DE PAPA CHINA (Colocasia Esculenta), PARA LOS AUTOSERVICIOS Y CAFETERÍAS EN LA CIUDAD DE LOJA”**, realizada por la señorita Lus Angelina Paqui Zhunaula, previa a la obtención del grado de INGENIERA COMERCIAL, ha sido dirigido y revisado durante su ejecución en el cronograma establecido y cumple normas estatutarias establecidas por la Universidad Nacional de Loja y el reglamento de Estudiantes de esta misma institución, por lo cual autorizo su presentación.

Loja, diciembre de 2015

Atentamente,



.....
Ing. Ney Alfredo Gallardo
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, **Lus Angelina Paqui Zhunaula**, 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: Lus Angelina Paqui Zhunaula

Firma:  _____

Cédula: 1900424571

Fecha: Loja, enero de 2016

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

Yo, **Lus Angelina Paqui Zhunaula**, declaro ser autora de la tesis titulada: "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE EMPANADAS DE PAPA CHINA (Colocasia Esculenta), PARA LOS AUTOSERVICIOS Y CAFETERÍAS EN LA CIUDAD DE LOJA", como requisito para optar al grado de Ingeniera Comercial; autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre al mundo la producción intelectual 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 05 días del mes de enero del dos mil dieciséis, firma la autora.

Firma:



Autora: Lus Angelina Paqui Zhunaula

Cédula: 1900424571

Dirección: Calle Vicente Paz y Francisco Eguiguren

Correo Electrónico: angelus690@hotmail.com

Teléfono: 3035754 **Celular** 0991190001

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de tesis: Ing. Ney Alfredo Gallardo

Tribunal de grado:

Ing. Manuel Pasaca Mora	(Presidente)
Ing. Lucía Valverde Marín	(Vocal)
Ing. Juan Carlos Pérez Briceño	(Vocal)

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a las personas más especiales en mi vida, mis padres, Manuel de Jesús Paqui y María Francisca Zhunaula, quienes en todo momento me han brindado su apoyo incondicional y a la vez han sido los pilares fundamentales para seguir creciendo como persona, tanto en lo profesional como en lo espiritual ya que con sus consejos y valores inculcados me han sabido guiar por el camino del bien y del éxito.

A mi pareja, Luis P. Guailas, quien a pesar de la distancia que a veces nos separa por razones de trabajo, me ha brindado su apoyo incondicional.

A mi hija, quien es mi razón de seguir adelante ya que con su ternura, amor y alegría brindada en su corta edad ayudó a esforzarme en esta meta de ser una profesional y por lo cual quiero seguir preparándome cada día y poder darle un futuro de bien como lo han hecho mis padres conmigo.

A mis hermanos, Luis Sarango, Ángel Paqui, Rosa Paqui, María Paqui, Anita Paqui y Mauricia Paqui, como también al resto de mi familia, quienes siempre han estado conmigo apoyándome de una y otra forma.

Lus Angelina Paqui Zhunaula

AGRADECIMIENTO

A Dios, por todas las bendiciones que me ha concedido durante todos los años de mi existencia, y por darme fuerzas para continuar luchando por mis sueños.

A la Universidad Nacional de Loja y especialmente a mi director de tesis, Ing. Ney Alfredo Gallardo, con su apoyo, conocimientos y recomendaciones guiaron el presente proyecto.

A mi familia que me han apoyado de una u otra manera ya sea económicamente, con sus consejos, lecciones y recomendaciones.

Lus Angelina Paqui Zhunaula

a. TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE EMPANADAS DE PAPA CHINA (Colocasia Esculenta), PARA LOS AUTOSERVICIOS Y CAFETERÍAS EN LA CIUDAD DE LOJA”

b. RESUMEN

El trabajo de investigación se refleja a la producción de empanadas de papa china con relleno de queso, que será comercializado en la ciudad de Loja, el mismo que tendrá sus respectivas instalaciones para la producción en este sector, por el abaratamiento de los costos en lo referente a los recursos necesarios, en lo que tiene que ver con la materia prima requerida y la mano de obra necesaria, en donde se plantió el siguiente tema: Creación de una empresa productora y comercializadora de empanadas de papa china (Colocasia Esculenta), para los autoservicios y cafeterías en la ciudad de Loja; con el fin de mejorar la situación económica del sector y la productividad de la misma. Para lo cual se plantió los siguientes objetivos: desarrollar un estudio de mercado que permita identificar las oportunidades y dificultades del proyecto dentro de un mercado competitivo y así determinar la oferta y la demanda; establecer un estudio técnico que permita determinar el tamaño, localización e ingeniería del proyecto; establecer un estudio organización para establecer el tipo de compañía constituirse y el diseño organización acorde a las necesidades de la empresa; realizar un estudio financiero para determinar el monto de las inversiones y el respectivo financiamiento, costos e ingresos que generara el proyecto, estados financieros y el punto de equilibrio; ejecutar una evaluación financiera a través de indicadores como: VAN, TIR, RBC, PRC y AS, efectuando de esta manera la factibilidad del proyecto.

Para el estudio de mercado se aplicó 157 encuestas a los dueños de las cafeterías y supermercados de la ciudad de Loja y una entrevista realizada a un productor de empanadas semielaboradas, la misma que permitió determinar una amplia demanda insatisfecha de 511.999 empanadas de papa china.

En el estudio técnico se pudo determinar que la empresa estará ubicada en el barrio Celi Román, parroquia Sucre de la ciudad de Loja, la misma que cuenta con todos los servicios básicos. La empresa tendrá una capacidad instalada de 838656 empanadas de papa china anual, inicio del ciclo de la producción se trabajara con el 39% de la capacidad instalada; la misma que permitirá producir 199680 empanadas anuales.

En el estudio administrativo se establece que la empresa será conformada como Compañía de Responsabilidad Limitada, que al iniciar sus operaciones mercantiles incrementará 5 puestos de trabajo en el mercado laboral.

Para la implantación del proyecto se determinó un total de la inversión de 22.904,57 dólares la misma que será financiado el 56,34% por capital propio y el 43,66% restante por medio de una institución financiera con una tasa de interés del 12%, el costo de producción para el primer año es de 118.328,06 dólares, con un ingreso por ventas de 139.627,11 dólares con una utilidad líquida de 12709,14 dólares y un flujo de efectivo del 10.111,90 dólares.

Al realizar la evaluación financiera se pudo determinar que luego de haber recuperado la inversión se tendrá un beneficio de 38.870,92 dólares con una tasa interna de retorno del 57,31% que es mayor a la tasa de descuento; de cada dólar invertido se tendrá 26 centavos de utilidad; el periodo de recuperación de capital es de 2 años, 2 meses y 20 días; si los costos se incrementan hasta el 3,61% o los ingresos se disminuyen el 3,26% el proyecto no es sensible; por lo que se puede concluir que el proyecto es factible financieramente ya que los indicadores así lo demuestran.

ABSTRACT

The investigation work is reflected to the production of turnovers of Chinese potato with filler of cheese that will be marketed in the city of Loja, the same one that will have its respective facilities for the production in this sector, for the depreciation of the costs regarding the necessary resources, in what has to do with the matter it prevails required and the necessary manpower where you plantation the following topic: Creation of a company producer and comercializadora of turnovers of Chinese (*Colocasia Esculenta*) potato, for the self-service and cafeterias in the city of Loja; with the purpose of improving the economic situation of the sector and the productivity of the same one. For that which you plantation the following objectives: to develop a market study that allows to identify the opportunities and difficulties of the project inside a competitive market and this way to determine the offer and the demand; a technical study that allows to determine the size, localization and engineering of the project to settle down; to establish a study organization to establish the company type to be constituted and the design in agreement organization to the necessities of the company; to carry out a financial study to determine the amount of the investments and the respective financing, costs and revenues that it generated the project, financial states and the balance point; to execute a financial evaluation through indicators as: VAN, TIR, RBC, PRC and ACE, making this way the feasibility of the project.

For the market study it was applied 157 surveys to the owners of the cafeterias and supermarkets of the city of Loja and an interview carried out to a producing of semimanufactured turnovers, the same one that allowed to determine a wide unsatisfied demand of 511999 turnovers of Chinese potato.

In the technical study you could determine that the company will be located in the neighborhood Celi Román, parish Sucre of the city of Loja, the same one that has all the basic services. The company will have an installed capacity of 838656 turnovers of Chinese annual potato, I begin of the cycle of the production one worked with 39% of the installed capacity; the same one that will allow to produce 199680 annual turnovers.

In the administrative study he/she settles down that the company will be conformed as Company of Limited Responsibility that will increase 5 work positions in the labor market when beginning its mercantile operations.

For the installation of the project a total of the investment was determined of 22.904,57 dollars the same one that 56,34% will be financed by own capital and 43,66 remaining% by means of a financial institution with an interest rate of 12%, the production cost for the first year is of 118.328,06 dollars, with an entrance for sales of 139.627,11 dollars with an utility liquidate of 12709,14 dollars and a flow of effective of the one 10.111,90 dollars.

When carrying out the financial evaluation you could determine what after having recovered the investment one will have a benefit of 38.870,92 dollars with an internal rate of return of 57,31% that is bigger to the discount rate; of each invested dollar one will have 26 cents of utility; the period of capital recovery is of 2 years, 2 months and 20 days; if the costs are increased until 3,61% or the revenues diminish 3,26% the project it is not sensitive; for what you can conclude that the project is feasible the indicators demonstrate financially since this way it.

c. INTRODUCCIÓN

En la actualidad la sociedad enfrenta grandes y constantes cambios económicos, tecnológicos y sociales, creando oportunidades de trabajo como también el alto crecimiento del desempleo en el país, es por ello que surge la necesidad de implementar pequeñas y medianas empresas, ya que es importante para bajar la alta tasa del desempleo en nuestro país.

El trabajo investigativo tiene como finalidad demostrar la factibilidad del proyecto para la **CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE EMPANADAS DE PAPA CHINA (Colocasia Esculenta), PARA LOS AUTOSERVICIOS Y CAFETERÍAS EN LA CIUDAD DE LOJA**, poniendo en práctica todos los conocimientos obtenidos en beneficio de la sociedad aportando al desarrollo económico y social. Para crear una empresa de productos semielaborados hay que contar con no menos de \$12.000 dólares y además cumplir con una serie de requisitos, el gerente-propietario debe reunir algunas cualidades como: actitud comercial, capacidad de liderazgo y cierta capacidad económico-financiera. El proyecto pertenece al sector alimenticio, existiendo la necesidad de producir y comercializar empanadas de papa china (Colocasia Esculenta), debido a que este mercado no ha sido explotado en su totalidad.

El objetivo del proyecto consiste en recopilar, analizar, cuantificar y proyectar el porcentaje de la demanda que se pretende cubrir con el proyecto, determinar la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de empanadas de papa china (Colocasia Esculenta) para los autoservicios y cafeterías en la ciudad de Loja, verificar las posibilidades de participación en

los distintos mercados, técnica y financiera, estableciendo beneficios para la sociedad.

El proyecto se encuentra encabezado por el **título**, que describe el ámbito de todo el proyecto, denominado: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE EMPANADAS DE PAPA CHINA (Colocasia Esculenta), PARA LOS AUTOSERVICIOS Y CAFETERÍAS EN LA CIUDAD DE LOJA”; continuando con el **resumen** en castellano y traducido al inglés, en donde se engloba la síntesis del desarrollo de todo el trabajo, para que el lector o lectores, tengan una idea clara del presente proyecto; la **introducción** en la que se evidencia la importancia del tema, el aporte y la estructura del proyecto; la **revisión de literatura** la cual inicia con la fundamentación teórica que sintetiza y argumenta la fase del proyecto de factibilidad; **el marco referencial** en donde se da a conocer la importancia y características principales de las empanadas de papa china; marco teórico aquí se estableció conceptos relacionados con el estudio de factibilidad de la empresa; en los **materiales y métodos** se describen las técnicas, procedimientos y materiales utilizados en el desarrollo del presente estudio; En la parte referente a los **resultados** se realizó el análisis e interpretación de los resultados de las encuestas realizadas y la entrevista realizada al productor de empanadas de la empresa ARPRI; la **discusión**, abarca: **El Estudio de Mercado.-** es de gran importancia para analizar la oferta y demanda, como también el plan de comercialización, para lo cual se aplicó encuestas a los demandantes y ofertantes posteriormente determinar la demanda insatisfecha. **El Estudio Técnico.-** está basado en un análisis de todos los requerimientos para la localización de la empresa,

tamaño, la capacidad a instalar y el porcentaje que se utilizará para producir, se analizó las cuatro P (producto, precio, plaza y promoción). Así mismo se hace constar la descripción de procesos, diagramas de flujo para la distribución de los productos. **El Estudio Organizacional.-** de la empresa está basado en las diferentes normas y reglas, con el objeto de posibilitar un buen funcionamiento, describe los elementos necesarios para la administración como la estructura empresarial, niveles jerárquicos, minuta, organigramas y manual de funciones, la razón social denominada “Raicitos de la amazonia Cía. Ltda.” La empresa se dedicará a producir y comercializar empanadas de papa china (Colocasia Esculenta). Dentro de los aspectos legales se distingue la constitución legítima de la empresa como compañía limitada. **En el Estudio Financiero.-** permitió determinar el Presupuesto para cuantificar el monto que se requiere para la inversión y con ello determinar las fuentes de obtención de capital. Dentro de la Evaluación Financiera está basada en indicadores económicos importantes como son: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, la Relación Beneficio-Costo y al Análisis de Sensibilidad a través de los cuales se determinó la rentabilidad del proyecto. Finalmente se planteó las **conclusiones** con sus respectivas **recomendaciones**, las cuales reflejan en forma clara los resultados obtenidos durante el estudio del proyecto, existiendo un mercado insatisfecho al cual podemos servir con nuestro producto, **la bibliografía** que sirvió como soporte teórico para la culminación del proyecto.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

❖ Marco referencial



La papa china es comúnmente llamado taro o cará en Brasil y malanga en Puerto Rico, México, República Dominicana y Cuba. Es una planta perenne tropical que se usa principalmente como vegetal por su cormo comestible, y también como verdura. Está emparentado con las especies de los géneros *Xanthosoma* y *Caladium*, usadas como ornamentales.

Nuestro país es uno de los territorios del mundo que cuenta con un excelente clima y suelo fértil, que beneficia directamente toda clase de plantas o sembríos como es la papa china (*Colocasia Esculenta*), explotado recientemente en la sierra y oriente del Ecuador. Al ser la papa china un alimento de origen orgánico que con su aporte nutricional de vitaminas, minerales, proteínas, carbohidratos y demás bondades alimenticias, ha contribuido directamente a la salud integral de las personas; ya que hoy en día el consumo de la papa tradicional como es la serrana, que con su alto grado de utilización de productos químicos en el proceso de cultivo, han desencadenado un preocupante problema en la salud de las personas, que se presenta en el largo plazo ocasionar severos problemas de salud.¹ La papa china es un tubérculo natural de la madre tierra pero a pesar de los grandes beneficios que brinda, no es conocido dentro del mercado Ecuatoriano y mucho menos Loja. Este puede ser un producto de aceptación en el sector alimenticio,

<http://es.wikipedia.org/wiki/tamal>

especialmente en niños y adolescentes, los cuales son los principales consumidores al nivel nacional y en todo el mundo.

ANTECEDENTES



El cultivo de la Papa China es nativa de Asia, expandiéndose al norte de América del sur a lo largo del tiempo, hasta llegar a nuestro país, específicamente se descubrió la existencia de este tubérculo en la provincia de El Oro. Es una planta herbácea con rizomas engrosados, hojas acorazonadas que alcanzan una altura de 1 a 3 metros, no cuenta con un tallo aéreo, pero tiene un corno elipsoidal rico en carbohidratos (18-30% en base fresca) y nutrientes; el color de la pulpa por lo general es blanco, pero también se presentan clones coloreados hasta llegar al violáceo, presenta marcas transversales que son las cicatrices de la hoja con frecuencia con fibras y está cubierta por una capa corchosa delgada y suelta. Requiere de regímenes de lluvia altas (1800 - 2500 mm) y bien distribuidas, con una temperatura promedio no inferior a 20 °C, siendo la óptima entre 25-30 °C cuando existe insuficiente humedad en el suelo, las hojas se tornan amarillentas y se marchitan. La planta se adapta a suelos profundos, fértiles, con suficiente materia orgánica y bien drenada. Deben evitarse los suelos con alto contenido de arcilla o arena. ²Es

² <http://es.wikipedia.org/wiki/tamal>

utilizado para consumo humano y animal, las hojas sólo sirven para forraje de los animales.³

El cultivo de este tubérculo es beneficioso desde el punto de vista económico y comercial, porque se tiene una gran demanda de parte de los mercados internacionales como Estados Unidos, Unión Europea y Centroamérica entre otros, ya que estos, han tenido conocimiento de las propiedades nutricionales y medicinales que contiene esta raíz tuberosa lo que hace de la papa china un alimento indispensable para su dieta diaria.

Composición química de la papa china, porción comestible (100 gr.)

COMPOSICIÓN	UNIDAD	CRUDO	COCINADO
Humedad	Gr	71.9	72
Proteína	Gr	1.7	1
Grasa	Gr	0.8	0.2
Carbohidratos	Gr	23.8	25.7
Fibras	Gr	0.6	0.4
Cenizas	Gr	1.2	0.7
Calcio	Mg	22	26
Potasio	Mg	72	32
Fosforo	Mog-meg	0.9	0.6
Vitamina A Retinol	MG	3	
Tiamina	MG	0.12	0.08
Riboflavina	MG	0.02	0.01
Niacina	MG	0.6	0.4
Ácido Ascórbico	GM	6	
Energía	Mcs/kg	33035	3392

Fuente: Instituto Nacional de Nutrición de Venezuela. 1983 www.sica.gov.ec

VITAMINAS Y MINERALES

La papa china es un alimento tradicional en muchas áreas tropicales del mundo. Como en todas las legumbres y los tubérculos, la papa china contiene una importante fuente de vitaminas y minerales como: Tiamina, riboflavina,

³<http://es.wikipedia.org/wiki/tamal>

hierro fósforo, vitamina B6, vitamina C, niacina, potasio, cobre y manganeso, con un alto grado de fibra dietética y almidón.

El propósito que lleva a realizar la elaboración y comercialización de este producto como es la empanada de papa china, es por la constante preocupación por parte de las personas al querer consumir productos naturales y sanos que no contengan muchas calorías, que contribuyan al cuidado de la salud y la soberanía alimentaria, en mayor parte a la de los niños, adolescentes y adultos que son los consumidores potenciales.

DERIVADOS DE LA PAPA CHINA

A través de este tubérculo podemos elaborar un sin número de productos comestibles como: cremas, purés, papa china frita, sopas, buñuelos, empanadas, papillas, harinas etc., lo cual aporta valiosas cantidades de vitaminas y minerales en la alimentación y salud de las personas en todas sus edades.

CULTIVO DE LA PAPA CHINA

El cultivo de la Papa China (*Colocasia Esculenta*) en nuestro país se presenta en forma comercial en la zona de Santo Domingo de los Tsáchilas desde el año de 1995; sin embargo, hay referencias de la existencia de este tubérculo en décadas anteriores en la Provincia de El Oro con el nombre de sango.⁴

Esta raíz alimenticia se la produce y cosecha en los siguientes lugares de nuestro país, como: Santo Domingo de los Tsáchilas y sus alrededores (vía a Quevedo, vía Chone y vía Esmeradas), Puyo, Morona Santiago y demás

⁴<http://es.wikipedia.org/wiki/tamal>

provincias del centro de la Sierra. Se conoce que este alimento es muy apetecido en los mercados internacionales debido a que su cultivo es netamente orgánico, por tal motivo los agricultores a lo largo del tiempo después de su aparición, han destinado la venta de este tubérculo a empresas que se dedican a la exportación, sin comercializarlo dentro del país.

EXPORTACIÓN DE LA PAPA CHINA

Las perspectivas de inversión en este cultivo han sido estimuladas por los buenos precios y la demanda permanente en los mercados internacionales de EEUU. (principalmente en la costa Atlántica del país), Costa Rica y Puerto Rico, esto se debe a la presencia de población emigrante originaria de países centroamericanos y de la zona del Caribe, como grupos étnicos antillanos, dominicanos, cubanos, jamaquinos, entre otros, quienes consideran a este tubérculo como un producto básico dentro de su dieta diaria alimenticia.

LAS EMPANADAS

El origen de las empanadas caseras es casi tan antiguo como la humanidad, y surge del deseo de gozar de una dieta variada, nutritiva y sabrosa, la preparación de las mismas se ha ido mejorando e inclusive industrializando. Para la elaboración de cualquier tipo de empanadas deben tomarse medidas preventivas, ya que las bacterias contaminan fácilmente los alimentos aun cuando están cerrados los productos; es por ello, que los alimentos deben estar frescos y en perfecto estado, sin golpes, sin ningún tipo de enfermedad, los utensilios y los recipientes a utilizar desinfectados.⁵

⁵ www.recetasecuadorianas.com

Por otra parte, la industria en su deseo de innovar y ampliar la oferta en el mercado, está continuamente ofreciendo diversos productos que sirven a los consumidores como una herramienta para facilitar el trabajo en la cocina, por ello introduciendo mezclas y harinas ya casi preparadas para elaborar alimentos.

El producto final viene a ser el resultado de diversos ingredientes que varían de acuerdo al gusto y sazón de cada persona. Siendo el ingrediente principal de las empanadas (para la masa) la harina pan, donde algunos anexan un toque de harina de trigo, sal y varios condimentos de acuerdo a las preferencias de quien lo prepare, a ello se suma el relleno, que va desde carnes blancas, rojas, etc.

INGREDIENTES Para 8 personas

- Un kilo de papa china de buena calidad
- 2 huevos
- 2 cucharadas de mantequilla
- Sal al gusto

Modo de preparación consiste en los siguientes pasos:

1. Pelar y lavar la papa china cuidadosamente.
2. Cocinar la papa china hasta que esté muy blanda.
3. Triturar o moler la papa china hasta formar un puré.
4. Amasar con sal, huevos y mantequilla.⁶

⁶www.recetasecuadorianas.com

5. Al enfriarse la masa se extiende con un rodillo.
6. Se cortan unos redondillos del tamaño deseado.⁷
7. Se coloca el relleno de queso.⁸
8. Doblar el círculo por la mitad y presionar en las orillas para sellar.

PRODUCTOS SUSTITUTOS

Nuestro producto será uno de los principales sustitutos de las empanadas tradicionales como: empanadas de verde, criollas, de viento, de yuca, de soya, de queso, etc. Las cuales tienen una gran demanda en el mercado nacional, se creará un producto que agrade al consumidor en todas las formas posibles, como: sabor, aportaciones nutricionales, imagen, precio y accesibilidad para el consumo de las familias Lojanas.

TIPOS DE EMPANADAS

- ❖ Empanada de harina con relleno de queso
- ❖ Empanada de verde con relleno de queso o carne
- ❖ Empanada de yuca con relleno de queso o carne
- ❖ Empanada de soya
- ❖ Empanadas de viento
- ❖ Empanadas de chocho
- ❖ Empanadas de morocho
- ❖ Empanada de papa china con relleno de queso o carne. etc.

⁷ www.recetasecuadorianas.com
www.recetasecuadorianas.com

MARCO TEÓRICO

1. PROYECTOS DE INVERSIÓN

Es una propuesta de acción técnico económico para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles como, recursos económicos, humanos, materiales y tecnológicos, es un documento escrito formado por una serie de estudios⁹.

El objetivo principal es aprovechar todos los recursos para mejorar las condiciones de vida de las personas que habitan en un determinado lugar. El proyecto de inversión comprende los siguientes estudios:

- Ⓢ Estudio de Mercado.
- Ⓢ Estudio Técnico.
- Ⓢ Estudio Organizacional.
- Ⓢ Estudio Financiero.

PROYECTO DE INVERSIÓN PRIVADO

Es realizado por un empresario particular para satisfacer sus objetivos. Los beneficios que esperan del proyecto, son los resultados del valor de la venta de los productos (bienes o servicios), que genera el proyecto.

⁹ BACA; Urbina Gabriel.2001. Evaluación de Proyectos. Mc Graw Hill. 4ta Edición.

PROYECTO DE INVERSIÓN PÚBLICA O SOCIAL

Busca cumplir con objetivos sociales a través de metas gubernamentales o alternativas, empleadas por programas de apoyo. Los términos evolutivos estarán referidos al término de las metas bajo criterios de tiempo o alcances poblacionales.¹⁰

1.2 PRE- INVERSIÓN

Es la fase preliminar para la ejecución de un proyecto que permite, mediante elaboración de estudios, demostrar las bondades técnicas, económicas-financieras, institucionales y sociales de este, en caso de llevarse a cabo. En la etapa de preparación y evaluación de un proyecto, o etapa de análisis de pre-inversión, se deben realizar estudios de mercado, técnicos, económicos y financieros. Conviene abordarlos sucesivamente en orden, determinado por la cantidad y la calidad de la información disponible, por la profundidad del análisis realizado, y por el grado de confianza de los estudios mencionados.

1.2.1 FASES EN LA ETAPA DE PRE INVERSIÓN

La selección de los mejores proyectos de inversión, es decir los de mayor bondad relativa y hacia los cuales debe destinar perfectamente los recursos disponibles constituyen un proceso por fase. Que son las siguientes:

¹⁰ BACA; Urbina Gabriel.2001. Evaluación de Proyectos. Mc Graw Hill. 4ta Edición.

- ✚ Generación y análisis de la idea del proyecto.
- ✚ Estudio del nivel de perfil.
- ✚ Estudio de pre-factibilidad.
- ✚ Estudio de factibilidad

DESCRIPCIÓN DE CADA UNO DE LAS FASES

1.2.2 GENERACIÓN Y ANÁLISIS DE LA IDEA DE PROYECTO

La generación de una idea de proyecto de inversión surge como consecuencia de las necesidades insatisfechas, de políticas, de un la existencia de otros proyectos en estudios o en ejecución, se requiere complementación mediante acciones en campos distintos, de políticas de acción institucional, de inventario de recursos naturales.

1.2.3 ESTUDIO DEL NIVEL DE PERFIL

En esta fase correspondiente estudiar todos los antecedentes que permitan formar juicio respecto a la conveniencia y factibilidad técnico-económica de llevar a cabo la idea del proyecto. En la evaluación se deben determinar y explicitar los beneficios y costos del proyecto para lo cual se requiere definir previa y precisamente la situación "sin proyecto", es decir, prever que sucederá en el horizonte de evaluación si no se ejecuta el proyecto.¹¹

¹¹ BALESTRINI A, Marian. (2001). "Como se elabora el proyecto de Inversión". BL Consultores Asociados. Servicio Editorial. Caracas, Venezuela.

1.2.4 ESTUDIO DE LA PREFACTIBILIDAD

En esta fase se examinan en detalles las alternativas consideradas más convenientes, las que fueron determinadas en general en la fase anterior. Para la elaboración del informe de pre-factibilidad del proyecto deben analizarse en detalle los aspectos identificados en la fase de perfil, especialmente los que inciden en la factibilidad y rentabilidad de las posibles alternativas. Entre estos aspectos sobresalen:

- ☼ El mercado.
- ☼ La tecnología.
- ☼ El tamaño y la localización.
- ☼ Las condiciones de orden institucional y legal.

1.2.5 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Esta última fase de aproximaciones sucesivas iniciadas en la pre inversión, se bordan los mismos puntos de la pre-factibilidad. Además de profundizar el análisis el estudio de las variables que inciden en el proyecto, se minimiza la variación esperada de sus costos y beneficios. Para ello es primordial la participación de especialistas, además de disponer de información confiable.¹²

1.3 ETAPAS DE INVERSIÓN

Esta etapa de un proyecto se inicia con los estudios definitivos y termina con la puesta en marcha. Sus faces son: ¹³

¹² Módulo 9 Elaboración y evaluación de proyectos de inversión.

¹³ BACA; Urbina Gabriel.2001. Evaluación de Proyectos. Mc Graw Hill. 4ta Edición.

FINANCIAMIENTO: Se refiere al conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar a la inversión, en forma o proporción definida en el estudio de pre-inversión correspondiente. Por lo general se refiere a la obtención de préstamos.

ESTUDIOS DEFINITIVOS: Denominado también estudio de ingeniería, es el conjunto de estudios detallados para la construcción, montaje y puesta en marcha. Generalmente se refiere a estudios de diseño de ingeniería, que se concretan en los planos de estructuras, planos de instalaciones eléctricas, planos de instalaciones sanitarios, etc., documentos elaborados por arquitectos e ingenieros civiles, eléctricos y sanitarios, que son requeridos para otorgar la licencia de construcción.

PUESTA EN MARCHA: Denominada también “Etapa de Prueba” consiste en el conjunto de actividades necesarias para determinar las deficiencias, defectos e imperfecciones de la instalación, a fin de realizar las correcciones del caso y poner en marcha la empresa, para el inicio de su producción normal.

1.3.1 MERCADOTECNIA

Es la ciencia que sostiene que la tarea clave de la organización es determinar las necesidades, deseos, valores de un mercado meta, con la finalidad de orientar los esfuerzos para que la organización satisfaga las necesidades de una manera más eficiente que sus competidores.

MERCADO

El término mercado tiene diversos significados, pero se dirá que es el área (física o virtual) en donde confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda, para realizar las transacciones de venta y compra de bienes y servicios, a precios determinados. Cabe señalar que mercado, desde el punto de vista de un proyecto de inversión, no sólo es el lugar donde convergen vendedores y compradores, sino que también, se refiere a la población consumidora que puede ser una nación, región o localidad, un conjunto de personas de un sector o actividad y personas de determinada edad, sexo o costumbre.

Por esta razón, se recomienda especificar el tipo de mercado y las características de los consumidores que lo conforman, ya que, la población de consumidores conforma el mercado apropiado para cada bien específico.

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Es un proceso que consiste en dividir al mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños y homogéneos, con la finalidad de brindar una atención más eficiente. ¹⁴Una segmentación de mercado exitosa, significa satisfacer las necesidades de los clientes existentes y potenciales en un mercado bien definido. Esto implica la comprensión de las actitudes y preferencias de los clientes, así como de los beneficios que se buscan. ¹⁵

La definición de un mercado objetivo y sus necesidades es el primer paso esencial del proceso de segmentación.

¹⁴ Módulo 9 Elaboración y evaluación de proyectos de inversión.

¹⁵ Módulo 9 Elaboración y evaluación de proyectos de inversión.

- **Segmentación Geográfica.-** divide al mercado en diferentes unidades geográficas; como nación, regiones, provincias, ciudades, barrios, ect. Esta segmentación involucra también el número de habitantes de la zona geográfica, la densidad y el clima.
- **Segmentación Demográfica.-** divide al mercado en base a variables como la edad, sexo, ingreso, ocupación, educación, religión, raza, y la nacionalidad.
- **Segmentación Psicográfica.-** divide al mercado tomando como base los diferentes modos y actitudes que un individuo asumen frente al consumo. Estas pueden ser: clase social, estilo de vida, y la personalidad.
- **Segmentación según el comportamiento.-** se dividen en grupos basados en la actitud, uso o conocimiento de un producto.

2. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado, es uno de los estudios más importantes y complejos que deben realizarse para la evaluación de proyectos, ya que, define el medio en el que habrá de llevarse a cabo el proyecto. En este estudio se analiza el mercado o entorno del proyecto, la demanda, la oferta y la mezcla de mercadotecnia o estrategia comercial, dentro de la cual se estudian el producto, el precio, los canales de distribución y la promoción o publicidad. Pero siempre desde el punto de vista del evaluador, es decir, en cuanto al costo/beneficios que cada una de estas variables pudiesen tener sobre la rentabilidad del proyecto.

Este estudio es generalmente el punto de partida para la evaluación de proyectos, ya que, detecta situaciones que condicionan los demás estudios.

2.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

- ☞ Analizar el mercado de las materias primas y demás insumos indispensables para el proceso productivo.
- ☞ Estudiar el mercado competidor, es decir, a todas las empresas que forman parte de la industria en la que se llevará a cabo el proyecto.
- ☞ Comprender las características del medio externo o internacional que pueden influir el desempeño del proyecto.
- ☞ Conocer los posibles efectos que pueden tener los factores económicos, socioculturales, demográficos, tecnológicos, competitivos y político-legales del macro entorno, sobre las actividades que se vayan a desarrollar en el futuro.
- ☞ Caracterizar al usuario o consumidor potencial del producto gracias a una previa segmentación del mercado.¹⁶
- ☞ Delimitar el área geográfica que va a ser atendida por el proyecto.
- ☞ Estimar el comportamiento futuro de la demanda y de la oferta de bienes y servicios del proyecto.
- ☞ Planificar la estrategia de comercialización más adecuada a la naturaleza del bien y servicio del proyecto y a las características del usuario o consumidor.
- ☞ Definir las características generales del bien o servicio que se ofrecerá.

¹⁶BALESTRINI A, Marian. (2001). “Como se elabora el proyecto de Inversión”. BL Consultores Asociados. Servicio Editorial. Caracas, Venezuela.

- ☞ Determinar la cantidad de bienes y servicios provenientes de la empresa del proyecto que los consumidores estarán dispuestos a adquirir.
- ☞ Estimar los precios a los cuales los consumidores estarán dispuestos a adquirir el producto y los productores a ofrecerlo.
- ☞ Describir el canal de distribución más adecuado, que es la ruta que toma el producto al pasar del productor al consumidor final.
- ☞ Describir la promoción y publicidad que se ocupará para la comunicación del posicionamiento del producto a los consumidores o clientes.

2.2 PASOS A SEGUIR EN EL ESTUDIO DE MERCADO

Para llevar a cabo el estudio de mercado y en general, para realizar cualquier tipo de investigación, se deben tener presente 5 pasos básicos que se describen a continuación:

2.2.1 Definición del problema¹⁷

Suele ser la tarea más difícil, ya que, debe tenerse un conocimiento completo de la situación y del asunto puntual que se tratará. Si no es así, el planteamiento de solución será incorrecto, con lo que se tomarán decisiones y llevarán a cabo estrategias erradas.

Siempre existe más de una alternativa de solución, donde cada una llevará a una situación específica. Por lo tanto, debe decidirse hacia dónde se quiere

¹⁷BALESTRINI A, Marian. (2001). “Como se elabora el proyecto de Inversión”. BL Consultores Asociados. Servicio Editorial. Caracas, Venezuela.

llegar con el proyecto, el curso de acción a seguir y por supuesto, medir las posibles consecuencias de cada una de estas alternativas de solución.

2.2.2 Necesidades y fuentes de información

Existen dos tipos diferentes de fuentes de información, las fuentes primarias, que consisten en investigación de campo por medio de encuestas y otros, generando información relevante para el estudio en cuestión. Y las *fuentes secundarias*, en las que se recopila toda la información existente del tema, ya sea, en estadísticas gubernamentales, de tipo privadas o internas de la misma empresa. Es necesario conocer toda la información que existe en el mercado y con esa base decidir dónde realizar la investigación.

2.2.3 Diseño de recopilación y tratamiento estadístico de los datos.

Tanto la recopilación como el tratamiento estadístico, necesitarán de un diseño distinto para ambos tipos de información.

2.2.4 Procesamiento y análisis de los datos¹⁸

Una vez que se cuenta con toda la información necesaria, proveniente de cualquiera de los tipos de fuente utilizada, se procede a su procesamiento y análisis. El objetivo, es que los datos recopilados sean convertidos en información útil y confiable, que sirva como base y apoyo en la toma de

¹⁸ □ BALESTRINI A, Marian. (2001). “Como se elabora el proyecto de Inversión”. BL Consultores Asociados. Servicio Editorial. Caracas, Venezuela.

decisiones. Por lo tanto, es necesario un adecuado procesamiento de los datos obtenidos.

2.2.5 Informe

Finalmente, es necesario confeccionar un informe que sea veraz y oportuno, en el que se expliquen los resultados y conclusiones obtenidas a partir de la información recopilada.

2.3 DEMANDA

Es la cantidad de bienes y servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido.

- **Demanda Potencial.-** es la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto, en el mercado, en un tiempo determinado o no establecido.
- **Demanda Real.-** es la cantidad de bienes o servicios que se consumen actualmente en el mercado.¹⁹
- **Demanda Efectiva.-** es la cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen algunas restricciones como situación económica, nivel de ingresos, que impedirían el acceso a el producto aunque quisieran hacerlo.

¹⁹BALESTRINI A, Marian. (2001). "Como se elabora el proyecto de Inversión". BL Consultores Asociados. Servicio Editorial. Caracas, Venezuela.

- **Demanda Insatisfecha.-** es la cantidad de bienes o servicios que hacen falta para satisfacer las necesidades de la población. Es cuando lo producido es menor que lo requerido.

2.4 OFERTA

Es la cantidad de bienes o servicios que los vendedores, productores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado.

- **Oferta de libre mercado.-** existe tal cantidad de oferentes de un mismo producto en donde la posición o participación el mercado están dados por factores como son: la calidad, precio, atención, cantidad, etc.
- **Oferta Oligopólica.-** el mercado se encuentra dominado por pocos ofertantes que imponen sus condiciones de cantidad, precio.
- **Oferta Monopólica.-** existe un solo productor que domina el mercado y que imponen sus propias condiciones.

2.5 MARKETING MIX

Es el conjunto de variables de mercadeo que prepara a la empresa para producir un efecto que desea de influir sobre la demanda del producto a ofrecer, buscando que este se adquiriera cada vez más; consiste en combinar las “Cuatro P” que son el producto, precio, plaza y la promoción.

PRODUCTO

Es el resultado de un esfuerzo creador, que contiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles (empaquete, precio, cantidad, marca, ect.) los mismos que

son percibidos por los compradores. Los productos se clasifican de la siguiente manera:

- **Producto Secundario.-** son productos que se elaboran en base a los resultados de extraer la materia prima.
- **Productos Sustitutos.-** son productos que de una u otra manera pueden remplazar a un producto principal y producir la satisfacción que el cliente requiere.

PRECIO

Es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado por lo general en términos monetarios, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio. Es importante mencionar que la formación de precios influye dentro en el éxito o fracaso de los negocios, por ello se hace necesario que las empresas conozcan de su costo total y puedan en base a ello establecer un margen de utilidad que le permita tener un precio competitivo.²⁰

PLAZA

Es aquella que incluye los canales de distribución por ser estos los que definen y marcan las diferentes etapas que la propiedad de un producto atraviesa desde el fabricante al consumidor final. Los canales de distribución están

²⁰BALESTRINI A, Marian. (2001). "Como se elabora el proyecto de Inversión". BL Consultores Asociados. Servicio Editorial. Caracas, Venezuela.

formados por personas y compañías que intervienen en la transferencia de la propiedad de un producto, a medida que pasa del fabricante al consumidor final o usuario final.

PROMOCIÓN

Es el conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como informar, persuadir o recordar al público objetivo, acerca de los productos que se comercializan. La promoción requiere de una mezcla de la publicidad, propaganda, relaciones públicas y ventas personales.

Dentro de los instrumentos de promoción más comunes están:

- ☼ Muestras
- ☼ Cupones
- ☼ Rebajas
- ☼ Descuentos
- ☼ Premios
- ☼ Concursos, rifas y juegos

3. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico es muy importante para determinar cuánto hay que invertir y los costos de operación asociados, si se lleva a cabo el proyecto, responde las preguntas cuándo, cuánto, cómo y con qué producir el bien o servicio, además permite definir tamaño, localización, tecnología que se usará y la función óptima para la utilización eficiente de los recursos disponibles.

TAMAÑO DE LA EMPRESA

Capacidad del sistema: es el nivel de producción o servicio que una empresa ofrecerá en base a las especificaciones técnicas de los equipos que utilizara.

Capacidad organizacional: es el volumen o nivel de producción o servicio que una empresa puede ofrecer en base a sus procesos y organización.

Producción real: es el volumen o nivel de producción o servicio que una empresa alcanza.

UBICACIÓN

Es muy importante por lo que de ella depende la rentabilidad de la empresa, se debe tomar en cuenta los siguientes factores:

- Ubicación geográfica de la empresa.²¹
- Comunicación.
- Vías de acceso.
- Facilidad de transporte.
- Clima.
- Niveles de contaminación o desechos.
- Facilidad de servicios públicos.
- Insumos (cerca de los insumos, fácil acceso a la mano de obra, materia prima).
- Legislación local.

²¹COSS Bu, Raúl. Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión. Editorial Limusa. 2da. Edición.

- Factores económicos regionales.
- Tipo de construcción del local.
- Ventilación e iluminación.
- Factores económicos, costo del terreno o arriendo.
- Entorno social (no perjudicar con ruidos o al medio ambiente)

EL PROCESO PRODUCTIVO

Es la forma en que una serie de insumos se transforman en producto, mediante la participación de una determinada tecnología, es la combinación de la mano de obra, maquinaria, métodos y procesos de operación. Se divide en tres partes:

- ❖ Estado inicial.
- ❖ Proceso transformador.
- ❖ Proceso final.

DIAGRAMA DE FLUJO O FLUJOGRAMA

Flujo grama: es un proceso bien detallado paso a paso de las actividades que realiza una empresa de bienes o servicios de fabricación.

Diagrama: usa una simbología para representar las operaciones efectuadas, las simbologías son los siguientes:

- ❖ Límites.
- ❖ Operación.
- ❖ Transporte.
- ❖ Demora.
- ❖ Almacenamiento.
- ❖ Inspección.
- ❖ Decisión.
- ❖ Documentos.²²

DISTRIBUCIÓN EN PLANTA

Es la manera adecuada de cómo se disponen los equipos, materiales y el talento humano en el interior de una empresa para lograr la productividad esperada, se debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Minimizar el manejo de material.
- Reducción de los riesgos para los trabajadores.
- Equilibrio en el proceso de producción.
- Incremento de ánimo de los trabajadores.
- Utilización de espacios disponibles.
- Utilización efectiva de la mano de obra.

²²COSS Bu, Raúl. Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión. Editorial Limusa. 2da. Edición.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

Define la estructura administrativa que más se adapta a las características del negocio, es necesario considerar los siguientes aspectos:

- ❖ Definición del personal para llevar a cabo la gestión, como gerentes, administradores, personal de apoyo y de producción.
- ❖ Sistema de información a utilizar en cuanto a contabilidad.
- ❖ Sistemas de prevención de riesgos.
- ❖ Determinación de las actividades que se realizará dentro y fuera de la empresa.
- ❖ Estudio legal.²³

ORGANIZACIÓN LEGAL

Es la que cumple con los requerimientos que establece la ley. Todos los negocios tienen la obligación de hacer los trámites necesarios para iniciar operaciones, se establece lo siguiente:

- ❖ Tipo de empresa.
- ❖ Nombre de la empresa.
- ❖ Número de socios.
- ❖ Denominación.
- ❖ Capital y aporte de los socios.

²³COSS Bu, Raúl. Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión. Editorial Limusa. 2da. Edición.

- ❖ Domicilio de la compañía.
- ❖ Objetivo de la compañía.
- ❖ Finalidad de la compañía.

ESTRUCTURA ORGÁNICA O ADMINISTRATIVA

Es la parte fundamental en la etapa de operación de la empresa, es la estructura organizativa, permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos.

NIVELES JERÁRQUICOS

Son los diversos escalones o posiciones que ocupan en la estructura organizacional los cargos o las personas que los ejercen y que tienen suficiente autoridad y responsabilidad para dirigir o controlar una o más unidades administrativas, como son:

24

- ❖ Legislativo.
- ❖ Directivo.
- ❖ Asesor.
- ❖ Operativo.
- ❖ Auxiliar.

²⁴ COSS Bu, Raúl. Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión. Editorial Limusa. 2da. Edición.

ORGANIGRAMA

Es la representación gráfica de la estructura de una empresa o una institución, en la cual se muestran las relaciones entre sus diferentes partes y la función de cada una de ellas, así como de las personas que trabajan en las mismas.

MANUAL DE FUNCIONES

Es una guía básica sobre lo cual los inversionistas establecen sus criterios de acuerdo a sus intereses, como reglas y las funciones principales que cada uno tiene que desarrollar.

5. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero, es la última etapa del análisis de viabilidad financiera de un proyecto, ya que cuantifica los beneficios y costos monetarios. La parte del análisis económico pretende determinar, cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de operación, que abarque las funciones de producción, administración y ventas.

Su objetivo, es sistematizar la información de carácter monetario de los estudios anteriores para determinar la rentabilidad del proyecto. Se utiliza el esquema de los flujos de caja proyectados, para el periodo de tiempo que se considere relevante para la evaluación del proyecto.

INVERSIONES

La estimación de las inversiones es una etapa trascendental, en razón que del monto al que asciendan dependerá la forma como se financiara y el número de socios requeridos para la conformación de la empresa. La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos, los tangibles y diferidos o intangibles, necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo.

INVERSIONES FIJAS O ACTIVOS

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

ACTIVOS DIFERIDOS

En este rubro se tomó en cuenta los gastos realizados en el estudio del proyecto y otros gastos relacionados con el mismo.²⁵

ACTIVOS CIRCULANTE

Este activo está constituido por valores necesarios para la operación del proyecto como materia prima directa, indirecta, mano de obra etc.

²⁵PEUMANS, Herman. Valoración de Proyectos de Inversión. Ediciones Deusto Bilbao.

FINANCIAMIENTO

El financiamiento de las inversiones necesarias para el funcionamiento del proyecto, provendrán de dos fuentes: aportes de socios de la empresa y la solicitud de un crédito a una entidad Bancaria de la localidad.

PRESUPUESTO DE COSTOS

El presupuesto de costos permitirá estimar y distribuir los costos del proyecto en términos totales y unitarios, con lo cual se estará determinando la cantidad de recursos monetarios que exige el proyecto en su vida útil. La estructura de los costos comprende los Costos de Producción y de Operaciones (Administrativos, ventas, financieros) de una empresa. La estructura de costos está integrado por:

- **Costos Producción:** Dentro de los cuales tenemos el costo primo, costos de instalaciones, agua, control de calidad, mantenimiento, etc.
- **Gastos de Administración:** sueldos administrativos, Depreciaciones de equipo de oficina, servicios básicos, etc.
- **Gastos de Ventas:** se origina por la venta del producto, sueldos de vendedores, pruebas de mercado, etc.
- **Gastos de Financieros:** dentro de los cuales están los pagos por interés por algún préstamo bancario.²⁶

²⁶PEUMANS, Herman. Valoración de Proyectos de Inversión. Ediciones Deusto Bilbao.

Presupuesto de ingresos

Está dado por recursos que se esperan percibir por la venta de los productos.

Punto de equilibrio

Es el punto en donde se une los costos e ingresos, por lo tanto la empresa no gana ni pierde solo recupera la inversión, su interpretación gráfica permite que la empresa conozca hasta que capacidad instalada o nivel de ingresos puede producir para no obtener ni utilidad ni pérdida.

Costos fijos: Son aquellas erogaciones que no tienen una relación directa con la producción, y que existen con solo el hecho de que la empresa exista.

Costos variables: son aquellos valores que tienen una relación directa con la producción y por lo tanto con su nivel, es decir si aumenta la producción aumentan los costos variables y si la producción disminuye los costos variables también disminuyen.

Fórmulas para el punto de equilibrio

❖ Según la capacidad instalada

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} * 100$$

❖ En función de las ventas

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}}$$

ESTADO DE RESULTADOS

Es aquel que demuestra un resumen de los ingresos y egresos para conocer si se obtiene utilidad o pérdida.

EVALUACIÓN FINANCIERA

Flujo de caja

Es un estado financiero que presenta en forma significativa los diversos conceptos de entrada y salida del efectivo, efectuados en un periodo.²⁷

Valor Actual Neto (VAN)

El VAN mide la rentabilidad deseada después de haber recuperado la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer periodo de operación y se le resta la inversión inicial total que se indica en el año cero.

$$\text{VAN} = \text{Flujos Actualizados} - \text{Inversión}$$

⇒ Si el VAN es > 1 el proyecto es realizable

²⁷COSS Bu, Raúl. Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión. Editorial Limusa. 2da. Edición.

- ⇒ Si el VAN es = 1 el proyecto es indiferente
- ⇒ Si el VAN es < 1 el proyecto no es factible

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Mide la rentabilidad como porcentaje. La máxima tasa exigible será aquella que haga que el VAN sea cero, y ésta tasa está representada por la TIR.

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

- ⇒ Si la TIR es > que el costo de oportunidad se acepta el proyecto
- ⇒ Si la TIR es = que el costo de oportunidad la inversión criterio del emprendedor
- ⇒ Si la TIR es < que el costo de oportunidad no se acepta el proyecto

Periodo de Recuperación de Capital²⁸

Es uno de los métodos más utilizados para realizar la evaluación económica de un proyecto, sirve para calcular el número de años necesarios para recuperar la inversión inicial.

$$PRC = \frac{\text{Sumatoria del año que supera la inversión} - \text{Inversión}}{\text{Flujo del ultimo año que supera la inversión}}$$

²⁸COSS Bu, Raúl. Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión. Editorial Limusa. 2da. Edición.

Relación Beneficio Costo

Relaciona los costos con los ingresos para conocer cuánto se va a ganar por cada dólar invertido.

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

- ⇒ Si el coeficiente es > 1 el proyecto es rentable
- ⇒ Si el coeficiente es $= 1$ el proyecto es indiferente
- ⇒ Si el coeficiente es < 1 el proyecto no es rentable

Análisis de Sensibilidad

Con el análisis de sensibilidad se determina cual es el nivel mínimo de ventas que puede tener la empresa para seguir siendo rentables.²⁹

- ⇒ Si el coeficiente es > 1 el proyecto es sensible
- ⇒ Si el coeficiente es $= 1$ no hay efectos en el proyecto

Si el coeficiente es < 1 el proyecto no es sensible

²⁹COSS Bu, Raúl. Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión. Editorial Limusa. 2da. Edición.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

El desarrollo del trabajo de investigación se enmarcó dentro de la utilización de los materiales y métodos, teniendo como finalidad la Elaboración de un Proyecto de Factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de empanadas de papa china para los autoservicios y cafeterías en la ciudad de Loja. Para lograr todos los objetivos determinados, se utilizó los siguientes materiales y métodos:

MATERIALES

Materiales de Oficina:

- Cuadernos de apuntes
- Esferográficos
- Portaminas
- Borradores
- CD's
- Hojas de papel bond
- Copias
- Carpetas
- Impresiones
- Cuadernos
- Resaltadores
- Reglas

Equipos de oficina

- Portátil
- Impresora
- Flash Memory
- Internet
- Calculadora

MÉTODOS

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó los siguientes métodos y técnicas entre los que se considera los siguientes:

Método Inductivo

Este método se lo aplicó en la elaboración del estudio de mercado al momento de realizar un análisis para identificar la demanda potencial, real y efectiva, y por otro lado para conocer la oferta existente en el mercado en lo que respecta a las empanadas de papa china en la ciudad de Loja, esto se logró a través de la utilización de las fuentes primarias y secundarias.

En el estudio técnico se lo aplicó en el análisis de la capacidad utilizada, así como también al momento de hacer el diseño de la planta, el cual permitió visualizar las áreas en donde se desarrollarán las diferentes actividades del proyecto y por otro lado en el estudio organizacional, en donde se estableció los organigramas estructural, funcional, posicional y el manual de funciones.

En el estudio financiero se lo aplicó en el análisis de la evaluación financiera, la cual sirvió para determinar no sólo la inversión que requiere el proyecto sino también su factibilidad.

Método Deductivo

Este método se lo aplicó en el análisis general del mercado existente en la ciudad de Loja, en donde se pudo llegar a identificar el mercado objetivo.

En el estudio técnico se lo aplicó en el análisis de la macro localización, lo que conllevó a identificar el lugar más óptimo para la instalación del proyecto en donde se genere una buena rentabilidad con el mínimo de inversión.

En el estudio jurídico-administrativo se lo aplicó en la elaboración del marco legal del proyecto el mismo que comprende la constitución de la empresa y los permisos legales para su normal funcionamiento.

Método Estadístico

Es un método matemático muy común para llevar a cabo la tabulación de datos de las encuestas aplicadas a la población, autoservicios y cafeterías de la ciudad de Loja.

TÉCNICAS

En el proceso del proyecto de inversión se aplicaran algunas técnicas como son:

Investigación bibliográfica

La misma que sirvió para asegurar la validez y confiabilidad en el desarrollo del trabajo, que permito establecer las conceptualizaciones con relación al proyecto de factibilidad, sus características, la importancia y sus etapas como son: Estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional y el estudio financiero, con su respectiva evaluación.

Observación directa: La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo, que consiste en observar el mercado como es la oferta y la demanda, para lo cual se realizó visitas a la empresa productora de empanadas de verde ARPRI en donde se verifico paso a paso el proceso productivo en la elaboración del producto.

La encuesta

Es una técnica de recogida de información a través de preguntas escritas organizadas en un cuestionario impreso. Se utilizó para realizar el estudio de campo y estructurar el estudio de mercado y cuya información concreta sobre los gustos y preferencias de los clientes. Esta técnica fue aplicada a las cafeterías y autoservicios de la ciudad de Loja. Estos datos permitió organizar, tabular y presentar la información gráficamente y poder analizar los resultados que se obtuvo a través de la misma, de esta manera determinar la demanda potencial, real y efectiva, el consumo promedio y las especificaciones del producto.

POBLACIÓN

La población en el presente estudio es de 157 microempresas entre cafeterías y autoservicios (82 autoservicios y 75 cafeterías registrados en la cámara de comercio de Loja) con una tasa de crecimiento de 3,5%³⁰.

³⁰ Cámara de Comercio de Loja

Muestra.

Dentro del presente proyecto no se establece la muestra poblacional, ya que el número de establecimientos es menos de 400; para lo cual la encuesta se lo realizara a la totalidad de la población que son 157 microempresas.

POBLACIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Supermercados	82	52%
Cafeterías	75	48%
TOTAL	157	100%

Fuente: Cámara de Comercio de Loja

Autora: Lus Paqui

f. RESULTADOS

Resultados de las encuestas realizadas en los autoservicios de la ciudad de Loja.

1. ¿En su empresa vende productos derivados de harina?

CUADRO # 1
DISPONIBILIDAD DE PRODUCTOS DERIVADOS DE HARINA

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	80	98%
NO	2	2%
TOTAL	82	100%

Fuente: Autoservicios de Loja

Autora: Lus Paqui

GRÁFICO # 1



Fuente: Autoservicios de Loja

Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De un total de 82 encuestados que representa el 100%, de los cuales el 98% si ofrecen productos derivados de harina debido a la exigencia de los clientes; y el 2% no lo hacen ya que ofrecen otros tipos de productos.

2. ¿Qué productos derivados de harina ofrece a los clientes?

CUADRO # 2
PRODUCTOS QUE OFRECEN

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Empanadas de Verde	78	98%
Empanadas de Yuca	51	64%
Empanadas de Harina de Trigo	35	44%
Otros	80	100%

Fuente: Autoservicios de Loja
Autora: Lus Paqui

GRÁFICO # 2



Fuente: Autoservicios de Loja
Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De un total de empresas entre autoservicios y cafeterías de la ciudad de Loja que venden productos derivados de harina, se verificó que en un 100% ofrecen diferentes tipos de productos; seguido de las empanadas de verde con el 98%; el 64% venden empanadas de yuca con diferentes rellenos; asimismo tenemos con un 44% ofrecen empanadas de harina de trigo.

3.¿ Quiénes le proveen las empanadas semielaboradas?

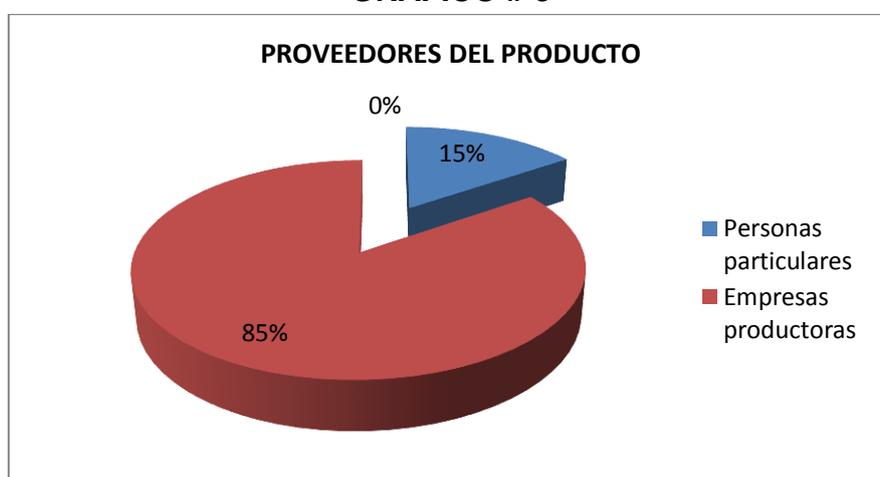
CUADRO # 3
PROVEEDORES DEL PRODUCTO

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Personas particulares	12	15%
Empresas productoras	66	85%
Elaboración propia	0	0%
TOTAL	78	100%

Fuente: Autoservicios de Loja

Autora: Lus Paqui

GRÁFICO # 3



Fuente: Autoservicios de Loja

Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Del total de 78 autoservicios que venden empanadas, el 85% han manifestado que son las empresas productoras quienes les entregan el producto semanalmente; luego tenemos que en un 15% han manifestado que los proveedores del producto son personas particulares.

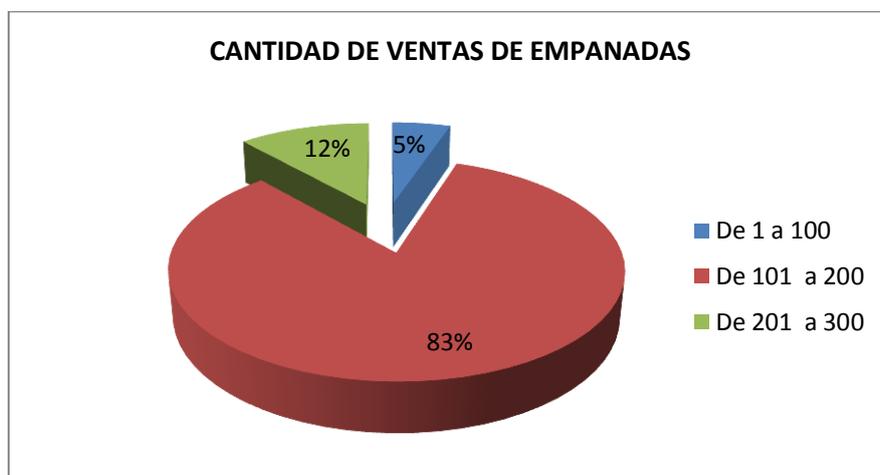
4.¿Qué cantidad de empanadas vende semanalmente?

CUADRO # 4
CANTIDAD QUE VENDE SEMANALMENTE

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 100	4	5%
De 101 a 200	65	83%
De 201 a 300	9	12%
	78	100

Fuente: Autoservicios de Loja
Autora: Lus Paqui

GRÁFICO # 4



Fuente: Autoservicios de Loja
Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Según las encuestas aplicadas a los empresarios, del 100% de las entidades que venden empanadas, el 83% manifestaron que adquieren entre 101 a 200 empanadas; mientras que el 12% adquieren de 201 a 300 empanadas y únicamente el 5% adquieren de 1 a 100 unidades de empanadas.

5. ¿En qué presentación le entregan las empanadas?

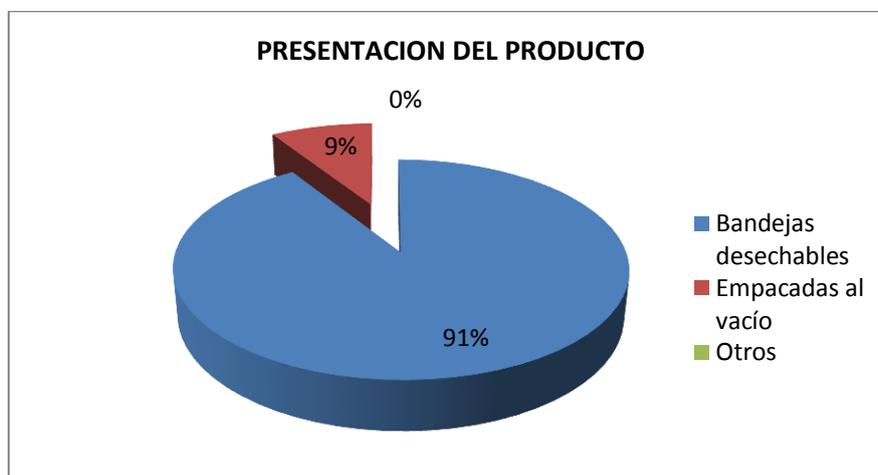
CUADRO # 5
PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bandejas desechables	71	91%
Empacadas al vacío	7	9%
Otros	0	0%
TOTAL	78	100

Fuente: Autoservicios de Loja

Autora: Lus Paqui

GRÁFICO # 5



Fuente: Autoservicios de Loja

Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Como podemos observar en el gráfico que el 91% de las personas encuestadas manifiestan que la presentación de este producto que ofrecen es en bandejas desechables ya que son cómodas; empaçadas al vacío 9% ya que actualmente son pocas las empresas que ofrece en este tipo de bandejas.

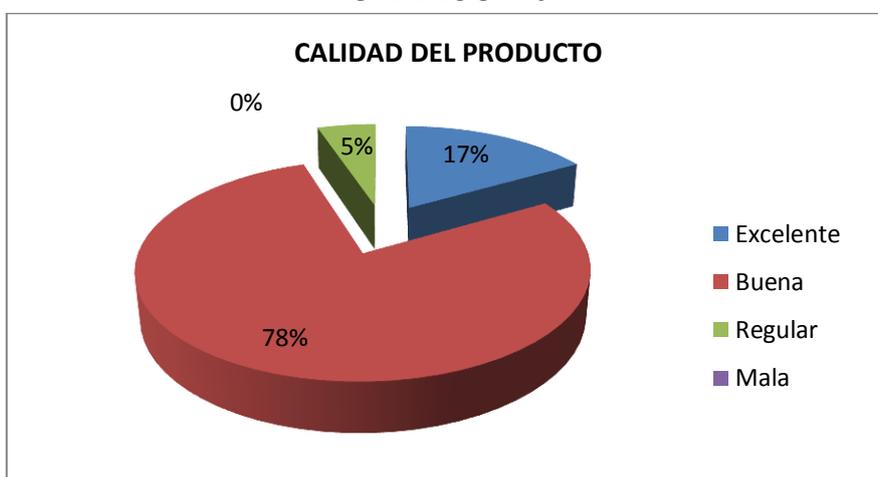
6. ¿Cómo considera la calidad de las empanadas que les ofrecen?

CUADRO # 6
CALIDAD DEL PRODUCTO

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	13	17%
Buena	61	78%
Regular	4	5%
Mala	0	0%
TOTAL	78	100

Fuente: Autoservicios de Loja
Autora: Lus Paqui

GRÁFICO # 6



Fuente: Autoservicios de Loja
Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De un total de 78 empresas que representa el 100%, el 78% consideran que el producto es bueno; así mismo tenemos que el 17% manifiestan que el producto es excelente la calidad; seguido tenemos que en un 5% opinan que el producto es regula ya que en sus lugares de venta tienen mucho tiempo.

7.¿Cuál es el precio que paga por una empanada con una medida promedio de 16cm. x 10cm.?

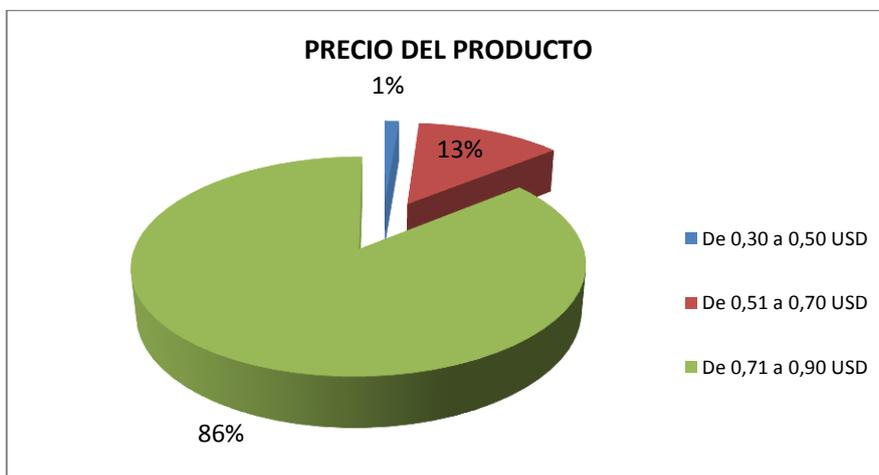
**CUADRO # 7
PRECIOS QUE PAGAN**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 0,30 a 0,50 USD	1	1%
De 0,51 a 0,70 USD	10	13%
De 0,71 a 0,90 USD	67	86%
TOTAL	78	100

Fuente: Autoservicios de Loja

Autora: Lus Paqui

GRÁFICO # 7



Fuente: Autoservicios de Loja

Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Del total de 78 autoservicios que adquieren empanadas, el 86% paga de 0,71 a 0,90 USD por empanada y el 13% paga el precio de 0,51 a 0,70 USD. mientras que el 1% paga de 0,30 a 0,50 USD. por empanada.

8.¿Conoce los beneficios de la papa china (Colocasia Esculenta)?

CUADRO # 8
CONOCIMIENTO DE LOS BENEFICIOS DE LA PAPA CHINA

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	3%
NO	76	97%
TOTAL	78	100

Fuente: Autoservicios de Loja
Autora: Lus Paqui

GRÁFICO # 8



Fuente: Autoservicios de Loja
Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En cuanto al conocimiento de los beneficios que proporciona la papa china, puedo manifestar que en un 97% tiene un desconocimiento total de los aportes nutricionales de vitaminas que contiene este importante tubérculo; y en un 3% nos manifiestan que si conocen en una gran parte de los beneficios que esta brinda y que aporta muchos beneficios en la alimentación de los niños, jóvenes y adultos.

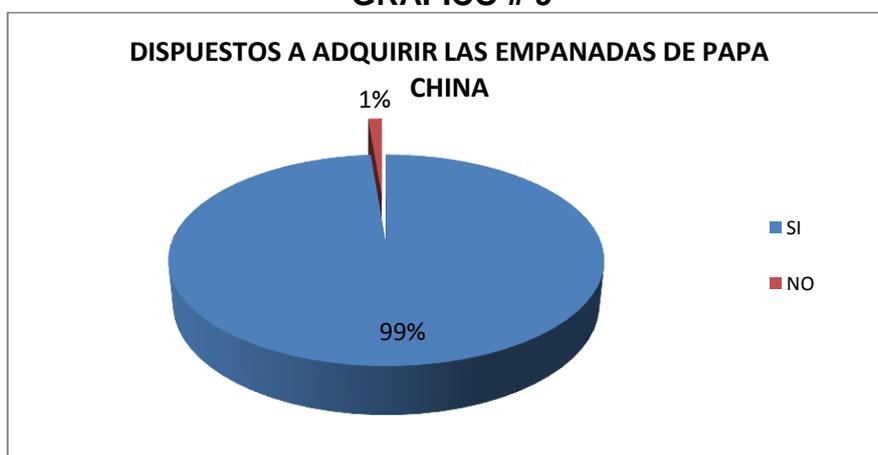
9. Si en la ciudad de Loja se creara una empresa productora y comercializadora de empanadas de papa china ¿usted estaría dispuesto a adquirir para su comercialización?

CUADRO # 9
DISPUESTOS A ADQUIRIR LAS EMPANADAS DE PAPA CHINA

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	77	99%
NO	1	1%
TOTAL	78	100

Fuente: Autoservicios de Loja
Autora: Lus Paqui

GRÁFICO # 9



Fuente: Autoservicios de Loja
Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De un total de 78 encuestados que representa el 100%, el 99% han manifestado que están dispuestos a adquirir este nuevo producto que será lanzado posteriormente al mercado, aseguran que es un producto nuevo y que tendrá una gran acogida por los consumidores, y el 1% no están dispuestos a adquirirlo por diversas razones.

10. ¿Cuántas empanada pediría usted semanalmente?

CUADRO # 10
CANTIDAD QUE PEDIRÍAN SEMANALMENTE

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 100	4	5%
De 101 a 200	65	84%
De 201 a 300	8	10%
	77	100

Fuente: Autoservicios de Loja

Autora: Lus Paqui

GRÁFICO # 10



Fuente: Autoservicios de Loja

Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo con las encuestas realizadas de un total de 77 empresarios que estarían dispuestas a comprar empanadas de papa china el 85% manifestaron que comprarían de 101 a 200 empanadas, mientras que el 10% lo comprarían de 201 a 300 empanadas, únicamente el 5% lo compraría de 1 a 100 empanadas.

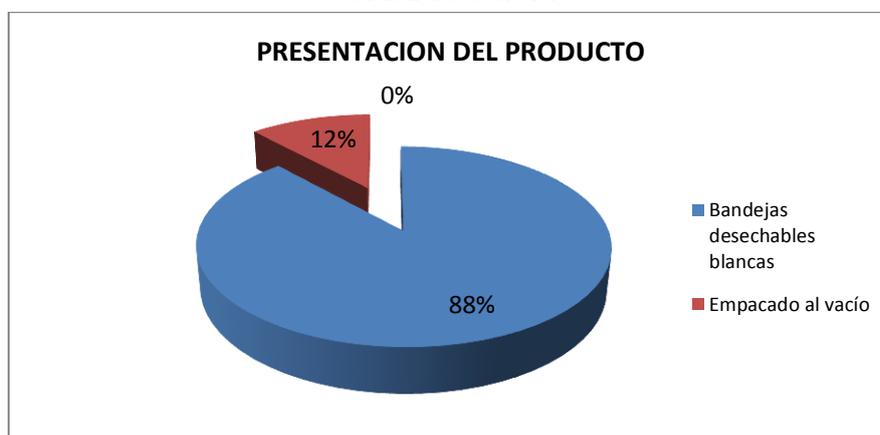
11. ¿En qué presentación le gustaría que le ofrezcan, las empanadas de papa china?

CUADRO # 11
PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO QUE LES GUSTARÍA

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bandejas desechables blancas	68	87%
Empacada al vacío	9	12%
Otros	0	0%
TOTAL	77	100

Fuente: Autoservicios de Loja
Autora: Lus Paqui

GRÁFICO # 11



Fuente: Autoservicios de Loja
Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De un total de 77 encuestados que representa el 100%, el 88% están de acuerdo que la presentación del producto sea en bandejas desechables ya que son muy cómodas; seguido tenemos con un 12% sugieren que la presentación se cambie a bandejas transparentes por lo que serán más resistentes.

12. ¿Qué promociones le gustaría que le ofrezcan por la compra de este producto?

CUADRO # 12
TIPOS DE PROMOCIONES

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Más cantidad del producto	63	81%
Descuentos por cantidad	10	13%
Obsequios	4	5%
TOTAL	77	100

Fuente: Autoservicios de Loja
Autora: Lus Paqui

GRÁFICO # 12



Fuente: Autoservicios de Loja
Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Este gráfico indica las promociones que prefieren los clientes, en donde el 82% de las personas encuestadas han manifestado que les gustaría que adicione la cantidad del producto; como también a un 13% les gustaría que les realice descuentos y a un 5% les gustaría que les hagan la entrega de muestras como parte de la promoción.

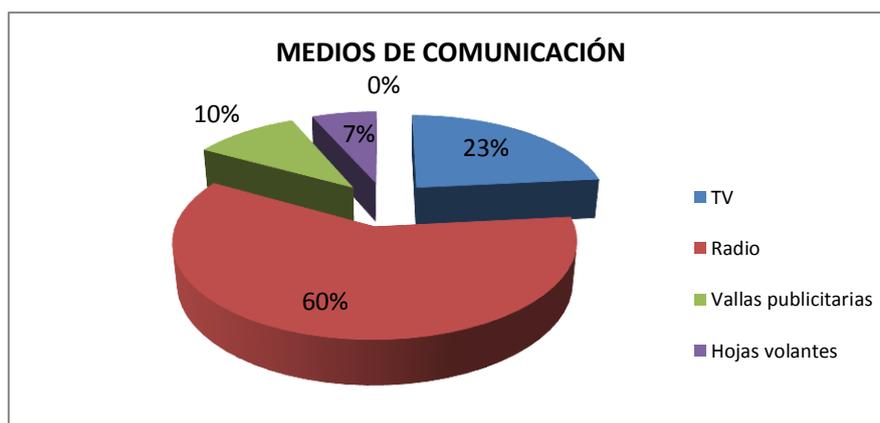
13. ¿Qué medios de comunicación es de su preferencia, para mantenerse informado acerca del nuevo producto?

CUADRO # 13
MEDIOS DE COMUNICACIÓN QUE PREFIEREN

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TV	18	23%
Radio	46	59%
Vallas publicitarias	8	10%
Hojas volantes	5	6%
Comunicación verbal	0	0%
TOTAL	77	100

Fuente: Autoservicios de Loja
 Autora: Lus Paqui

GRÁFICO # 13



Fuente: Autoservicios de Loja
 Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Este gráfico muestra los medios de comunicación que prefieren los gerentes y dueños de los autoservicios, en donde el 60% de las personas encuestadas nos han manifestado que prefieren que la publicidad se realice a través de la radio; como también un 23% prefieren la tv; el 10% vallas publicitarias; el 7% las hojas volante.

14. ¿Qué canal televisivo local sintoniza?

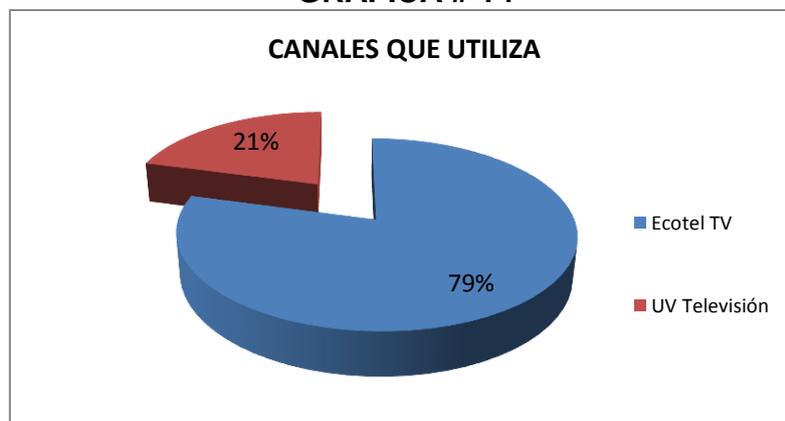
**CUADRO # 14
CANALES QUE UTILIZA**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ecotel TV	61	79%
UV Televisión	16	21%
TOTAL	77	100%

Fuente: Autoservicios de Loja

Autora: Lus Paqui

GRÁFICA # 14



Fuente: Autoservicios de Loja

Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 79% de los propietarios de los negocios sintonizan Ecotel TV; mientras que el 21% sintonizan UV Televisión. En caso de realizar los spots publicitarios en la televisión se optaría por realizar por realizar en UV Televisión ya que es la más vista en la localidad.

15. ¿Cuál es el horario de su preferencia?

CUADRO # 15
HORARIO DE PREFERENCIA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
06H00 – 12H00	13	17%
12H00 – 18H00	14	18%
18H00 – 24H00	50	65%
TOTAL	77	100%

Fuente: Autoservicios de Loja
Autora: Lus Paqui

GRÁFICA N° 15



Fuente: Autoservicios de Loja
Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 65% de los propietarios de los negocios prefieren ver la televisión de 18H00 a 24H00; mientras que el 18% prefieren de 12H00 – 18H00; y el 17% prefieren de 06H00 – 12H00. En caso de realizar los spots publicitarios en la televisión se optaría por realizar en los horarios de 18H00 a 24H00 ya que son más sintonizados por la ciudadanía.

16. ¿Qué emisoras locales escucha?

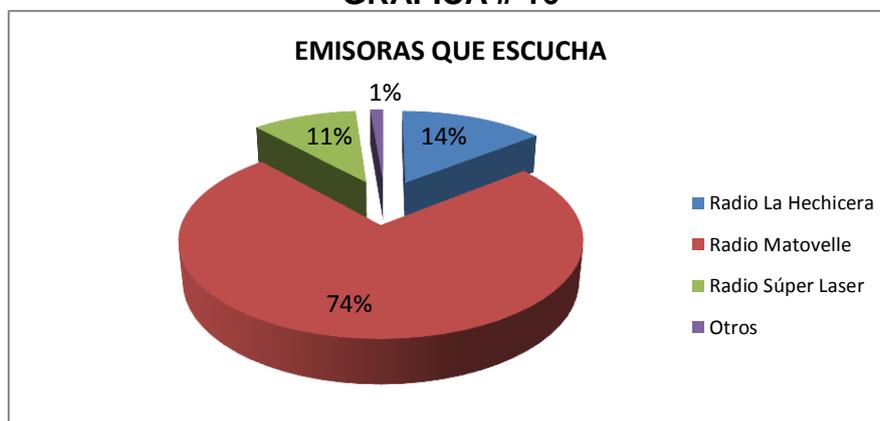
**CUADRO # 16
EMISORAS QUE ESCUCHA**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio La Hechicera	11	14%
Radio Matovelle	57	74%
Radio Súper Laser	8	10%
Otros	1	1%
TOTALES	77	100%

Fuente: Autoservicios de Loja

Autora: Lus Paqui

GRÁFICA # 16



Fuente: Autoservicios de Loja

Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 74% de los propietarios de los negocios sintonizan Radio Matovelle; mientras que el 14% sintonizan Radio La Hechicera; el 11% radio Súper Laser y únicamente el 1% lo hacen en otras emisoras radiales. En caso de realizar los spots publicitarios en la radio se optaría por realizar en radio Matovelle ya que es la más sintonizada en la localidad.

17. ¿Cuál es el horario de su preferencia?

CUADRO # 17
HORARIO DE PREFERENCIA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
06H00 – 12H00	35	45%
12H00 – 18H00	37	48%
18H00 – 24H00	5	6%
TOTAL	77	100%

Fuente: Autoservicios de Loja

Autora: Lus Paqui

GRÁFICO # 17



Fuente: Autoservicios de Loja

Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 48% de los propietarios de los negocios prefieren sintonizar la radio de 12H00 – 18H00; mientras que el 45% prefieren de 06H00 – 12H00; y el 7% prefieren de 18H00 a 24H00. En caso de realizar los spots publicitarios en la radio se optaría por realizar en los horarios de 06H00 – 18H00 ya que son más sintonizados por la ciudadanía.

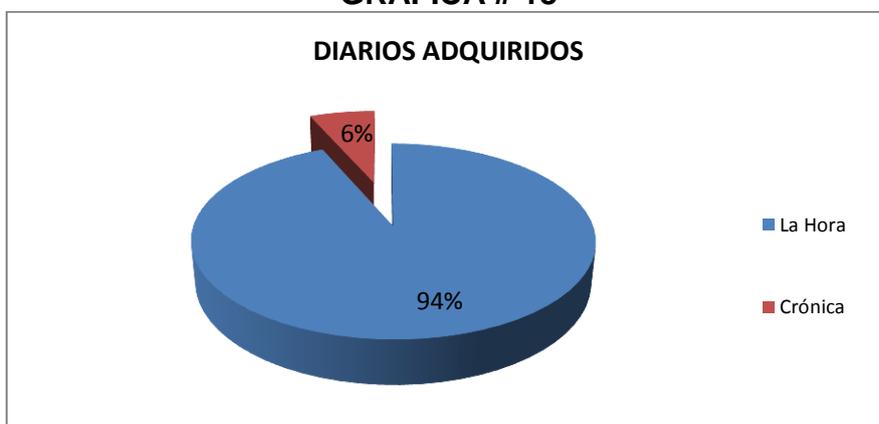
18. ¿Qué diarios locales adquiere?

CUADRO # 18
DIARIOS LOCALES ADQUIRIDOS

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
La Hora	72	94%
Crónica	5	6%
TOTAL	77	100%

Fuente: Autoservicios de Loja
Autora: Lus Paqui

GRÁFICA # 18



Fuente: Autoservicios de Loja
Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 94% de los propietarios de los negocios adquieren más el diario La hora mientras que el 6% lo adquieren la crónica. En caso de realizar la publicidad en la prensa escrita se optaría por realizar en diario La Hora ya que es la más adquirida en la localidad.

19. ¿Qué días prefiere usted leer la prensa?

CUADRO # 19
DÍAS DE PREFERENCIA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DIARIA	77	100,00
SÁBADO Y DOMINGO	0	0,00
TOTAL	77	100,00

Fuente: Autoservicios de Loja
Autora: Lus Paqui

GRÁFICA # 19



Fuente: Autoservicios de Loja
Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 100% de los propietarios de los negocios prefieren adquirir el periódico todos los días, ya que es una manera de informarse todos los días.

Resultados de las encuestas realizadas en las cafeterías de la ciudad de Loja.

1. ¿En su empresa adquiere productos derivados de harina?

CUADRO # 20
COMPRA DE PRODUCTOS DERIVADOS DE HARINA

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	75	100%
NO	0	0%
TOTAL	75	100%

Fuente: Cafetería de Loja

Autora: Lus Paqui

GRÁFICO # 20



Fuente: Cafeterías de Loja

Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De un total de 75 encuestados el 100% si adquieren productos derivados de harina debido a la exigencia de los clientes ya que son fáciles y rápidos de servir.

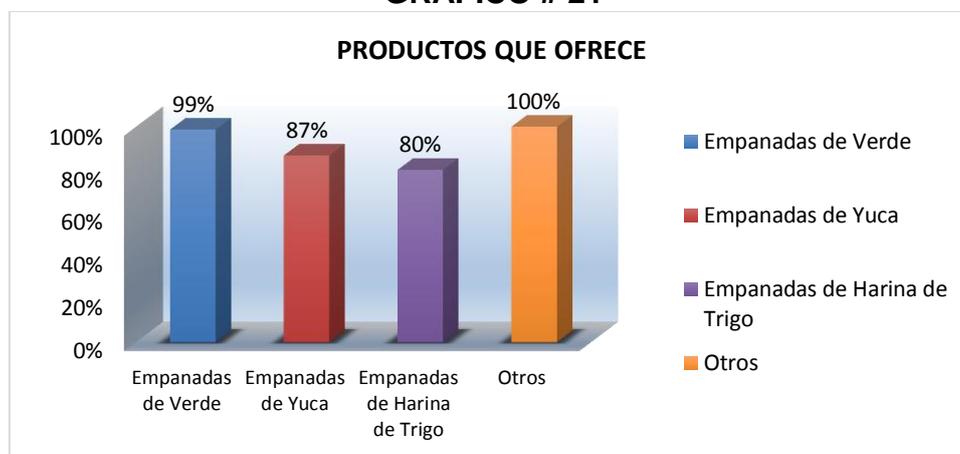
2. ¿Qué productos derivados de harina ofrece a los clientes?

CUADRO # 21
PRODUCTOS QUE OFRECEN

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Empanadas de Verde	74	99%
Empanadas de Yuca	65	87%
Empanadas de Harina de Trigo	60	80%
Otros	75	100%

Fuente: Cafetería de Loja
Autora: Lus Paqui

GRÁFICO # 21



Fuente: Cafeterías de Loja
Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Del total de cafeterías de la ciudad de Loja que venden productos derivados de harina, se verificó que en un 100% ofrecen diferentes tipos de productos; seguido de las empanadas de verde con el 99%; el 87% venden empanadas de yuca con diferentes rellenos; asimismo tenemos con un 80% ofrecen empanadas de harina de trigo.

3.¿ Quiénes le proveen las empanadas semielaboradas?

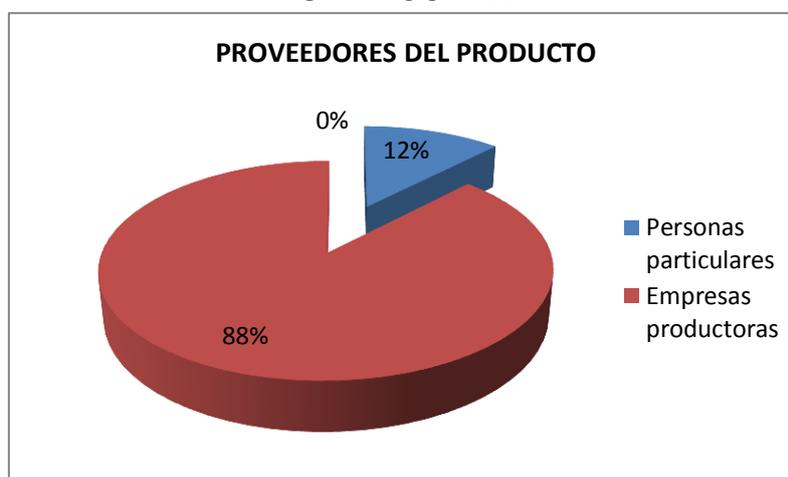
CUADRO # 22
PROVEEDORES DEL PRODUCTO

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Personas particulares	9	12%
Empresas productoras	65	88%
Elaboración propia	0	0%
TOTAL	74	100%

Fuente: Cafeterías de Loja

Autora: Lus Paqui

GRÁFICO # 22



Fuente: Cafeterías de Loja

Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Del total de 74 cafeterías que venden empanadas, el 88% han manifestado que son las empresas productoras quienes les entregan el producto semanalmente; luego tenemos que en un 12% han manifestado que los proveedores del producto son personas particulares.

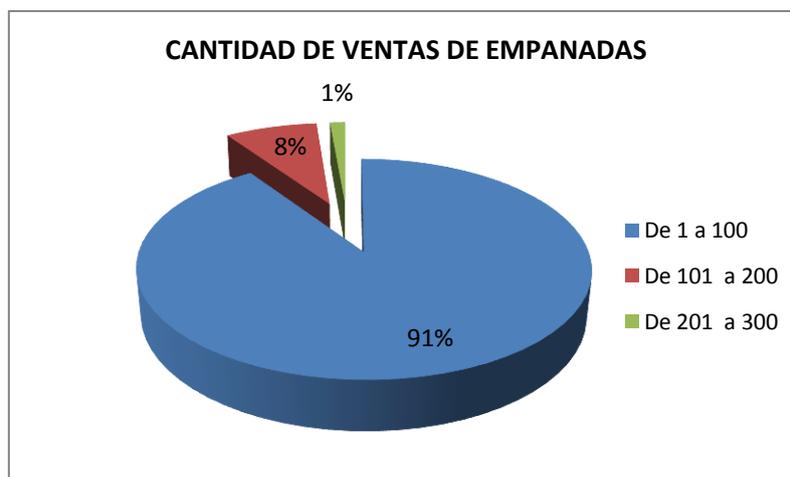
4.¿Qué cantidad de empanadas vende semanalmente?

CUADRO # 23
CANTIDAD QUE VENDE SEMANALMENTE

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 100	67	91%
De 101 a 200	6	8%
De 201 a 300	1	1%
	74	100

Fuente: Cafeterías de Loja
Autora: Lus Paqui

GRÁFICO # 23



Fuente: Cafeterías de Loja
Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Según las encuestas aplicadas a los empresarios, del 100% de las entidades que venden empanadas, el 91% manifestaron que venden entre 1 a 100 empanadas; mientras que el 8% adquieren de 101 a 200 empanadas y únicamente el 1% adquieren de 201 a 300 unidades de empanadas.

5. ¿En qué presentación le entregan las empanadas?

CUADRO # 24
PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bandejas desechables	69	93%
Empacada al vacío	5	7%
Otros	0	0%
TOTAL	74	100

Fuente: Cafeterías de Loja

Autora: Lus Paqui

GRÁFICO # 24



Fuente: Cafeterías de Loja

Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Como podemos observar en el gráfico que el 93% de las personas encuestadas manifiestan que la presentación de este producto que ofrecen es en bandejas desechables ya que son cómodas; empacadas al vacío un 7% ya que actualmente son pocas las empresas que ofrece en este tipo de bandejas.

6. ¿Cómo considera la calidad de las empanadas que les ofrecen?

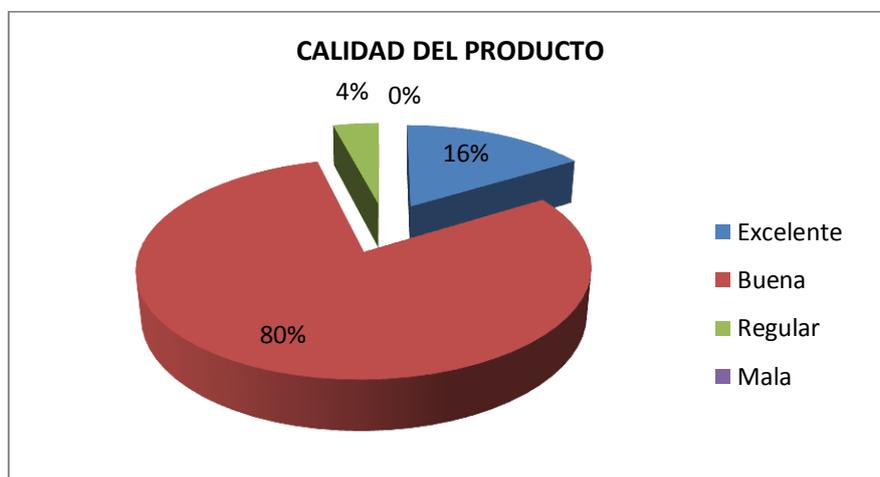
CUADRO # 25
CALIDAD DEL PRODUCTO

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	12	16%
Buena	59	80%
Regular	3	4%
Mala	0	0%
TOTAL	74	100

Fuente: Cafeterías de Loja

Autora: Lus Paqui

GRÁFICO # 25



Fuente: Cafeterías de Loja

Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De un total de 74 empresas que representa el 100%, el 80% consideran que el producto es bueno; así mismo tenemos que el 16% manifiestan que el producto es excelente la calidad; seguido tenemos que en un 4% opinan que el producto es regular ya que en sus lugares de venta tienen mucho tiempo.

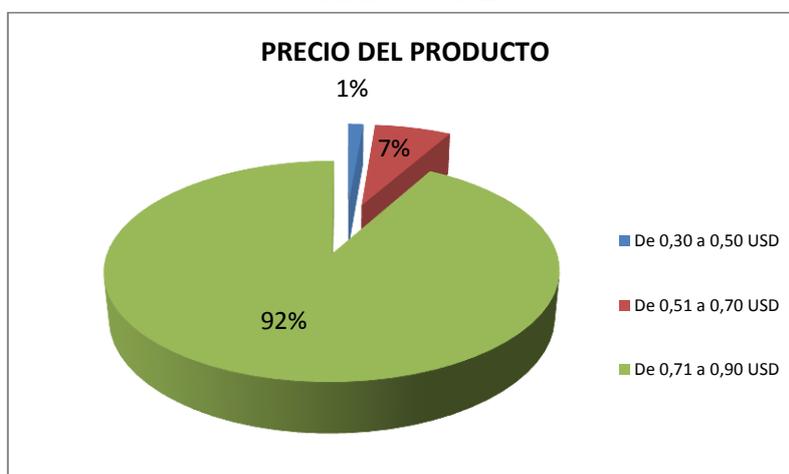
7.¿Cuál es el precio que paga por cada empanada de una medida promedio de 16cm. x 10cm.?

**CUADRO # 26
PRECIOS QUE PAGAN**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 0,30 a 0,50 USD	1	1%
De 0,51 a 0,70 USD	5	7%
De 0,71 a 0,90 USD	68	92%
TOTAL	74	100

Fuente: Cafeterías de Loja
Autora: Lus Paqui

GRÁFICO # 26



Fuente: Cafeterías de Loja
Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Del total de 74 cafeterías que adquieren empanadas, el 92% paga de 0,71 a 0,90 USD por empanada y el 7% paga el precio de 0,51 a 0,70 USD. mientras que el 1% paga de 0,30 a 0,50 USD. por empanada.

8.¿Conoce los beneficios de la papa china (Colocasia Esculenta)?

CUADRO # 27
CONOCIMIENTO DE LOS BENEFICIOS DE LA PAPA CHINA

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	74	100%
TOTAL	74	100

Fuente: Cafeterías de Loja

Autora: Lus Paqui

GRÁFICO # 27



Fuente: Cafeterías de Loja

Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En cuanto al conocimiento de los beneficios que proporciona la papa china, puedo manifestar que el 100% tiene un desconocimiento total de los aportes nutricionales de vitaminas que contiene este importante tubérculo.

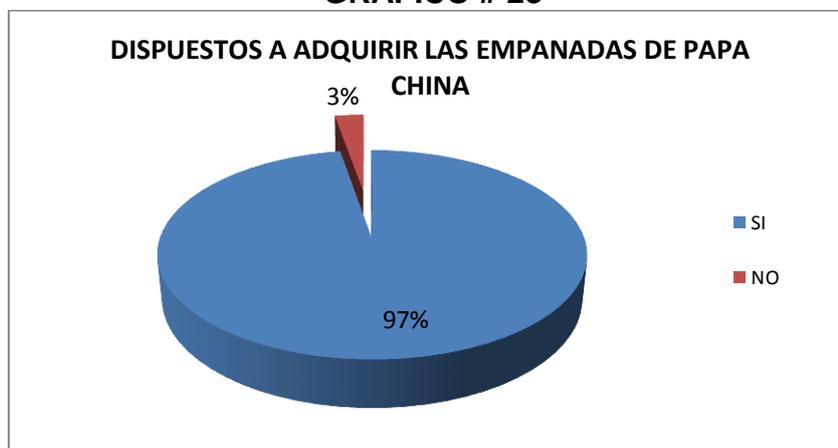
9. Si en la ciudad de Loja se implementara una empresa productora y comercializadora de empanadas de papa china ¿usted estaría dispuesto a adquirir para su comercialización?

CUADRO # 28
DISPUESTOS A ADQUIRIR LAS EMPANADAS DE PAPA CHINA

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	72	97%
NO	2	3%
TOTAL	74	100

Fuente: Cafeterías de Loja
Autora: Lus Paqui

GRÁFICO # 28



Fuente: Cafeterías de Loja
Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De un total de 74 encuestados que representa el 100%, el 97% han manifestado que están dispuestos a adquirir este nuevo producto que será lanzado posteriormente al mercado, aseguran que es un producto nuevo y que tendrá una gran acogida por los consumidores, y el 3% no están dispuestos a adquirirlo por diversas razones.

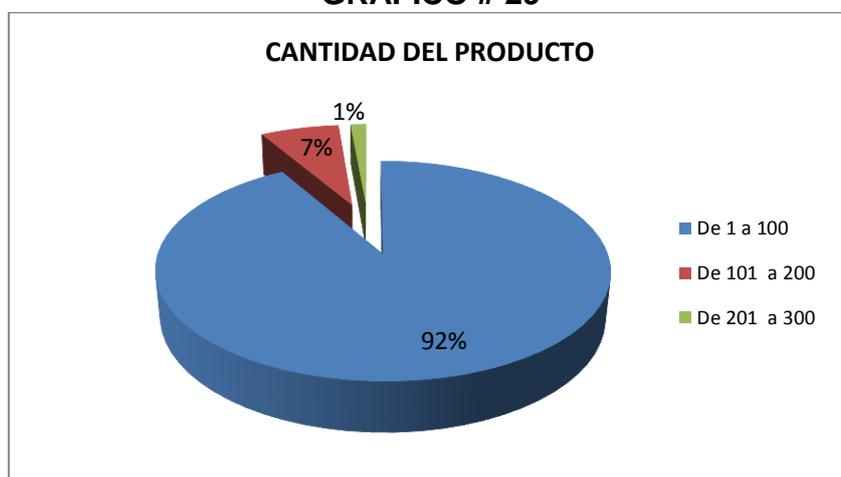
10. ¿Cuántas empanada pediría usted semanalmente?

CUADRO # 29
CANTIDAD QUE PEDIRÍAN SEMANALMENTE

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 100	66	92%
De 101 a 200	5	7%
De 201 a 300	1	1%
	72	100

Fuente: Cafeterías de Loja
Autora: Lus Paqui

GRÁFICO # 29



Fuente: Cafeterías de Loja
Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo con las encuestas realizadas de un total de 72 empresarios que estarían dispuestas a comprar empanadas de papa china el 92% manifestaron que comprarían de 1 a 100 empanadas, mientras que el 7% lo comprarían de 101 a 200 empanadas, únicamente el 1% lo compraría de 201 a 300 empanadas.

11. ¿En qué presentación le gustaría que le ofrezcan, las empanadas de papa china?

CUADRO # 30
PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO QUE LES GUSTARÍA

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bandejas desechables blancas	70	95%
Empacadas al vacío	2	3%
Otros	0	0%
TOTAL	72	100

Fuente: Cafeterías de Loja
Autora: Lus Paqui

GRÁFICO # 30



Fuente: Cafeterías de Loja
Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De un total de 72 encuestados que representa el 100%, el 97% están de acuerdo que la presentación del producto sea en bandejas desechables ya que son muy cómodas; seguido tenemos con un 3% sugieren que la presentación se cambie a empaques al vacío por lo que serán más resistentes.

12. ¿Qué promociones le gustaría que le ofrezcan por la compra de este producto?

CUADRO # 31
TIPOS DE PROMOCIONES

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Más cantidad del producto	65	88%
Descuentos por cantidad	4	5%
Obsequios	3	4%
TOTAL	72	100

Fuente: Cafeterías de Loja
Autora: Lus Paqui

GRÁFICO # 31



Fuente: Cafeterías de Loja
Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Este gráfico indica las promociones que prefieren los clientes, en donde el 90% de las personas encuestadas han manifestado que les gustaría que adicione la cantidad del producto; como también a un 6% les gustaría que les realice descuentos por cantidad de compra y a un 4% les gustaría que les hagan la entrega de obsequios como parte de la promoción.

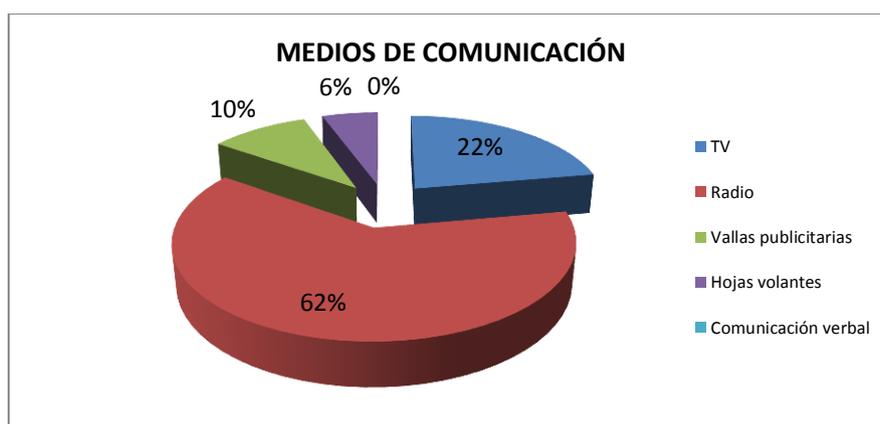
13. ¿Qué medios de comunicación es de su preferencia, para mantenerse informado acerca del nuevo producto?

CUADRO # 32
MEDIOS DE COMUNICACIÓN QUE PREFIEREN

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TV	16	22%
Radio	45	61%
Vallas publicitarias	7	9%
Hojas volantes	4	5%
Comunicación verbal	0	0%
TOTAL	72	100

Fuente: Cafeterías de Loja
Autora: Lus Paqui

GRÁFICO # 32



Fuente: Cafeterías de Loja
Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Este gráfico muestra los medios de comunicación que prefieren los gerentes y dueños de los autoservicios, en donde el 62% de las personas encuestadas nos han manifestado que prefieren que la publicidad se realice a través de la radio; como también un 22% prefieren la tv; el 10% vallas publicitarias; el 6% las hojas volante.

14. ¿Qué canal televisivo local sintoniza?

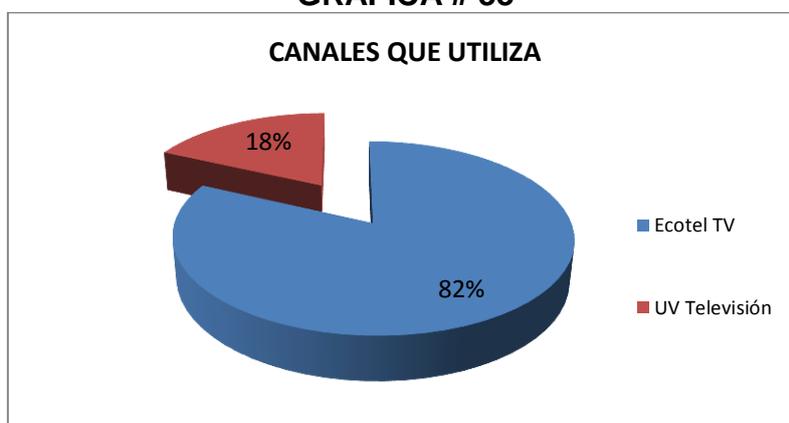
**CUADRO # 33
CANALES QUE UTILIZA**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ecotel TV	59	82%
UV Televisión	13	18%
TOTAL	72	100%

Fuente: Cafeterías de Loja

Autora: Lus Paqui

GRÁFICA # 33



Fuente: Cafeterías de Loja

Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 82% de los propietarios de los negocios sintonizan Ecotel TV; mientras que el 18% sintonizan UV Televisión. En caso de realizar los spots publicitarios en la televisión se optaría por realizar por realizar en UV Televisión ya que es la más vista en la localidad.

15. ¿Cuál es el horario de su preferencia?

CUADRO # 34
HORARIO DE PREFERENCIA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
06H00 – 12H00	9	13%
12H00 – 18H00	11	15%
18H00 – 24H00	52	72%
TOTAL	72	100%

Fuente: Cafeterías de Loja

Autora: Lus Paqui

GRÁFICA # 34



Fuente: Cafeterías de Loja

Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 72% de los propietarios de los negocios prefieren ver la televisión de 18H00 a 24H00; mientras que el 15% prefieren de 12H00 – 18H00; y el 13% prefieren de 06H00 – 12H00. En caso de realizar los spots publicitarios en la televisión se optaría por realizar en los horarios de 18H00 a 24H00 ya que son más sintonizados por la ciudadanía.

16. ¿Qué emisoras locales escucha?

**CUADRO # 35
EMISORAS QUE ESCUCHA**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio La Hechicera	9	13%
Radio Matovelle	56	78%
Radio Súper Laser	6	8%
Otros	1	1%
TOTALES	72	100%

Fuente: Cafeterías de Loja

Autora: Lus Paqui

GRÁFICA # 35



Fuente: Cafeterías de Loja

Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 78% de los propietarios de los negocios sintonizan Radio Matovelle; mientras que el 13% sintonizan Radio La Hechicera; el 8% radio Súper Laser y únicamente el 1% lo hacen en otras emisoras radiales. En caso de realizar los spots publicitarios en la radio se optaría por realizar en radio Matovelle ya que es la más sintonizada en la localidad.

17. ¿Cuál es el horario de su preferencia?

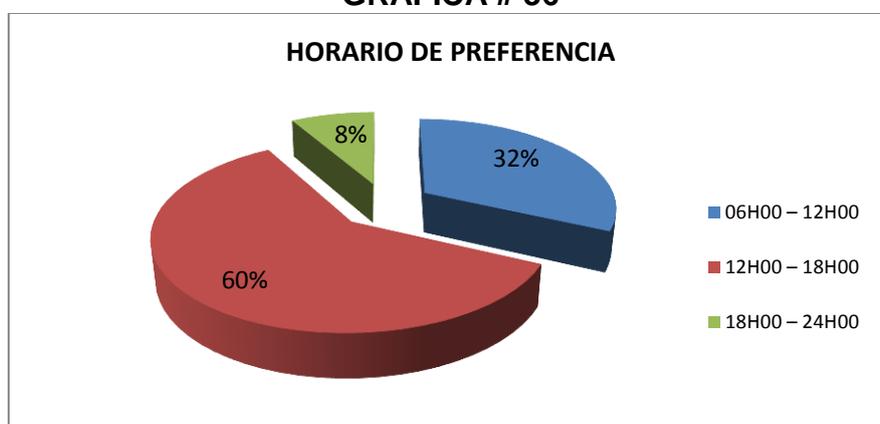
CUADRO # 36
HORARIO DE PREFERENCIA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
06H00 – 12H00	23	32%
12H00 – 18H00	43	60%
18H00 – 24H00	6	8%
TOTAL	72	100%

Fuente: Autoservicios de Loja

Autora: Lus Paqui

GRÁFICA # 36



Fuente: Autoservicios de Loja

Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 60% de los propietarios de los negocios prefieren sintonizar la radio de 12H00 – 18H00; mientras que el 32% prefieren de 06H00 – 12H00; y el 8% prefieren de 18H00 a 24H00. En caso de realizar los spots publicitarios en la radio se optaría por realizar en los horarios de 06H00 – 18H00 ya que son más sintonizados por la ciudadanía.

18. Qué días prefiere usted leer la prensa?

CUADRO # 37
DÍAS DE PREFERENCIA

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DIARIA	53	74%
SABADO Y DOMINGO	19	26%
TOTAL	72	100%

Fuente: Autoservicios de Loja

Autora: Lus Paqui

GRÁFICA # 37



Fuente: Autoservicios de Loja

Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 74% de los propietarios de los negocios prefieren adquirir el periódico todos los días, ya que es una manera de informarse todos los días; mientras que el 26% lo adquieren los fines de semana.

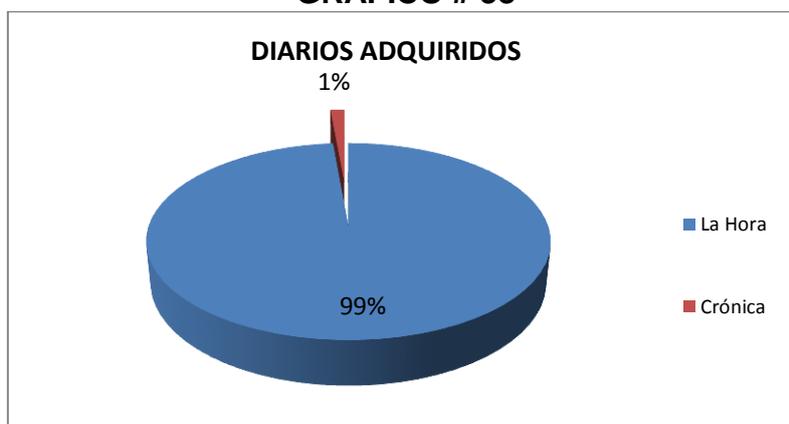
19. ¿Qué diarios locales adquiere?

CUADRO # 38
DIARIOS LOCALES ADQUIRIDOS

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
La Hora	71	99%
Crónica	1	1%
TOTAL	72	100%

Fuente: Cafeterías de Loja
Autora: Lus Paqui

GRÁFICO # 38



Fuente: Cafeterías de Loja
Autora: Lus Paqui

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 99% de los propietarios de los negocios adquieren más el diario La hora mientras que el 1% lo adquieren la crónica. En caso de realizar la publicidad en la prensa escrita se optaría por realizar en diario La Hora ya que es la más adquirida en la localidad.

g. DISCUSIÓN

1. ESTUDIO DE MERCADO

En esta parte del estudio se hace necesario un diagnóstico de los principales factores que inciden sobre el producto en el mercado, esto es: la demanda, la oferta, el precio, calidad, canales de comercialización, publicidad, plaza, promoción, todo esto permitirá conocer el posicionamiento del producto en su fase de introducción en el mercado. Significa el aspecto clave del proyecto ya que determina los bienes o servicios que serán demandados por la comunidad. Con el estudio de mercado se busca conocer el mercado ante un producto nuevo como son las empanadas de papa china, con la finalidad de plantear algunas estrategias comerciales más adecuadas y lograr los objetivos planteados.

1.1. PRODUCTO PRINCIPAL

Este proyecto tiene como producto principal las empanadas de papa china, los mismos que contienen valiosas cantidades de vitaminas y minerales en la alimentación y salud de las personas en todas sus edades. Como en todas las legumbres y los tubérculos, el producto contiene: Tiamina, riboflavina, hierro, fósforo, vitamina B6, vitamina C, niacina, potasio, cobre y manganeso, con un alto grado de fibra dietética y almidón.

1.2. PRODUCTO SECUNDARIO

El proyecto tiene como producto sustituto a las papas en tubérculo los mismos que se los puede ingerir luego de haber cosido sin procesarlos.

1.3. PRODUCTOS SUSTITUTOS

En el mercado existe una gran variedad de productos sustitutos entre ellos tenemos: empanadas de verde, empanadas de yuca, empanadas de harina de trigo, empanadas de soya, empanadas de morocho, etc.

1.4. PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS

Las empanadas de papa china no necesitan productos complementarios para su consumo se lo puede establecer de manera directa sin ningún complemento.

1.5. DETERMINACIÓN DE LOS DEMANDANTES

Para determinar la demanda se debe tomar en cuenta la cantidad de autoservicios y cafeterías de la ciudad de Loja que según los datos obtenidos en la cámara de comercio en el año del 2015 son de 157 microempresas legalmente registrados.

1.6. ESTUDIO DE LA DEMANDA

El determinar el nivel de demanda es fundamental para cualquier proyecto pues de ella dependerá la capacidad productiva que se instale en el proyecto.

Al determinar la demanda es importante considerar la aceptación del producto y la capacidad adquisitiva de los demandantes; en todo caso se debe considerar adecuadamente la demanda total, la demanda actual y la demanda efectiva.

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

Demanda potencial

Está constituida por la cantidad de demandantes que podrían consumir un determinado producto en el mercado; esta demanda ayudara a conocer el número de autoservicios y cafetería de la ciudad de Loja, que están adquiriendo productos semielaborados.

**CUADRO # 39
DEMANDA POTENCIAL**

AÑO	Autoservicios (Tasa de crecimiento 3,50%)	Autoservicios que adquieren el producto	Demanda Actual	Cafeterías (Tasa de crecimiento 3,50%)	Cafeterías que adquieren el producto	Demanda Actual
2015	82	98,00%	80	75	100,00%	75
2016	85	98,00%	83	78	100,00%	78
2017	88	98,00%	86	80	100,00%	80
2018	91	98,00%	89	83	100,00%	83
2019	94	98,00%	92	86	100,00%	86
2020	97	98,00%	95	89	100,00%	89

Fuente: Cuadro # 1 y 18

Autora: Lus Paqui

La demanda potencial fue establecida en base a la pregunta N°1, formulada de la siguiente manera: **¿En su empresa pone a la disposición del público, productos semielaborados?**, dentro de la cual el **98%** de los propietarios de autoservicios manifestaron que si adquieren productos semielaborados, mientras que en la misma pregunta realizada a las cafeterías el **100%** de las mismas lo manifestaron que sí.

ADQUISICIÓN ANUAL PERCAPITA DE AUTOSERVICIOS Y CAFETERÍAS

Se refiere a la adquisición del producto anual para su comercialización que realizan los autoservicios y cafeterías de la ciudad de Loja, se tomó como referencia el cuadro N° 4, ya que nos indica detalladamente la cantidad de adquisición.

CUADRO # 40

Cantidad	Autoservicios	Punto medio	Total semanal	Cafeterías	Punto medio	Total semanal
De 1 a 100	4	50,5	202	66	50,5	333
De 101 a 200	65	150,5	9783	5	150,5	753
De 201 a 300	8	250,5	2004	1	250,5	251
TOTAL	77		11.989	72		4337

Fuente: Cuadro # 11, 28

Autora: Lus Paqui

Promedio Autoservicios

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n} = \frac{11989}{77} = 156 \text{ empanadas semanales}$$

$$\bar{x} = 156 * 52 \text{ semanas} = 8096 \text{ empanadas al año}$$

Promedio Cafeterías

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n} = \frac{4337}{72} = 60 \text{ empanadas semanales}$$

$$\bar{x} = 60 * 52 \text{ semanas} = 3132 \text{ empanadas al año}$$

Para calcular el promedio de consumo percapita se tomó como referencia el total de empanadas semanales, adquiridas por los autoservicios y cafetería de la ciudad de Loja y dividimos para el número de la población. Llegando a determinar que cada autoservicio adquiere **156** empanadas semanales y **8096**

unidades al año, mientras que cada cafetería adquiere **60** empanas semanales y **3132** empanadas al año.

Demanda efectiva

Está constituida por la cantidad de demandantes que en la práctica están dispuestos a adquirir nuestro producto. Esta ayuda a conocer el número de autoservicios y cafeterías que estarían dispuestos a adquirir el producto, si se implementare una empresa productora y comercializadora de empanas de papa china.

CUADRO # 41

DEMANDA EFECTIVA AUTOSERVICIOS

Año	Demanda Real	Empresas que comprarían el producto	Demanda Efectiva	Promedio de consumo	Demanda efectiva en unidades
2015	80	99,00%	80	8.096	644.126
2016	83	99,00%	82	8.096	666.670
2017	86	99,00%	85	8.096	690.004
2018	89	99,00%	88	8.096	714.154
2019	92	99,00%	91	8.096	739.149
2020	95	99,00%	94	8.096	765.019

Fuente: Cuadro # 10, 35

Autora: Lus Paqui

CUADRO # 42

DEMANDA EFECTIVA CAFETERÍAS

Año	Demanda Real	Cafeterías que comprarían el producto	Demanda Efectiva	Promedio de consumo	Demanda efectiva en unidades
2015	75	97,00%	73	3.132	227.873
2016	78	97,00%	75	3.132	235.849
2017	80	97,00%	78	3.132	244.103
2018	83	97,00%	81	3.132	252.647
2019	86	97,00%	83	3.132	261.490
2020	89	97,00%	86	3.132	270.642

Fuente: Cuadro # 27, 35

Autora: Lus Paqui

La demanda efectiva se estableció en base a los resultados procesados de la pregunta N°12: **En caso de implementar una empresa productora y comercializadora de empanadas de papa china, ¿usted estaría dispuesto a adquirir para su comercialización?**, la misma que dentro de la opción “SI”, representa el número de los posibles empresas demandantes que tendría este producto, en este caso la demanda efectiva son de 78 autoservicios, con un promedio de adquisición de 8.096 empanadas, teniendo como demanda efectiva en unidades de 631.243 empanadas anuales, mientras que la demanda efectiva de las cafeteros se de 72 microempresas con un promedio de 3.132 empanadas, teniendo como demanda efectiva en unidades de 225.594 empanadas

Total demanda efectiva

Para determinar el total de la demanda efectiva existente se realiza la sumatoria de las demandas efectivas en unidades de los autoservicios y cafeterías. Como se detalla a continuación:

CUADRO # 43

TOTAL DE DEMANDA EFECTIVA

Año	Demanda Efectiva Autoservicios en Unidades	Demanda Efectiva Cafeterías en unidades	Total de demanda efectiva
2015	644.126	227.873	871.999
2016	666.670	235.849	902.519
2017	690.004	244.103	934.107
2018	714.154	252.647	966.801
2019	739.149	261.490	1.000.639
2020	765.019	270.642	1.035.661

Fuente: Cuadro # 35,36

Autora: Lus Paqui

1.7. ESTUDIO DE LA OFERTA

El análisis de la oferta se realizó con la finalidad de determinar la cantidad de los productores de empanadas o productos sustitutos están dispuestos para ofrecer en el mercado en estudio. Es por eso que al analizar la oferta en el mercado se encontró la oportunidad para producir y comercializar las empanadas de papa china, siendo la oferta de este producto cero ya que no existen competidores directos pero si competidores indirecto que son los que ofrecen los productos sustitutos y que analizaremos la oferta de las mismas.

Oferta actual (competencia)

Para determinar la oferta de la competencia con relación a nuestro producto se realizó el siguiente procedimiento:

Se realizó una entrevista al gerente de la empresa ARPRI de la ciudad de Loja, productora y comercializadora de empanadas de verde, yuca, quimbolitos, tamales y humitas, que serían productos sustitutos del producto que se pretende ofrecer posteriormente. El resultado obtenido fue que el 100% de los gerentes entrevistados no comercializan y desconocen de empresas que produzcan y distribuyan empanadas de papa china (colocasia esculenta) en la ciudad de Loja, en virtud de la investigación de campo realizada se ha determinado que el producto por sus características propias y diferentes no tiene competidores directos en el mercado. Con estos referentes como se indicó anteriormente para tener una visión real de la competencia debemos considerar la variedad de productos sustitutos existentes dentro del mercado, para lo cual utilizamos el resultado de la entrevista aplicada al gerente de la

única empresa productora y comercializadora de empanadas de la ciudad de Loja “ARPRI”.

En relación a la cantidad de empanadas de otros tipos que comercializa mensualmente, según se muestra en el siguiente cuadro.

**CUADRO # 44
OFERTA ANUAL DE EMPANADAS**

# De empresas entrevistadas	Cantidad Diario	Total semanal	Total mensual	Total anual
				(bandejas)
1	1500	7.500	30.000	360.000
TOTAL				Σ= 360.000

Fuente: Empresa ARPRI de la ciudad de Loja

Autora: Lus Paqui

1.8. BALANCE ENTRE LA DEMANDA Y LA OFERTA

La demanda insatisfecha la obtuvimos de la diferencia entre la demanda efectiva

(Unidades) y la oferta anual (unidades de bandejas), resultados obtenidos mediante la entrevistas aplicadas a la empresa productora de empanadas ARPRI de la ciudad de Loja.

**CUADRO # 45
BALANCE ENTRE LA DEMANDA EFECTIVA Y LA OFERTA**

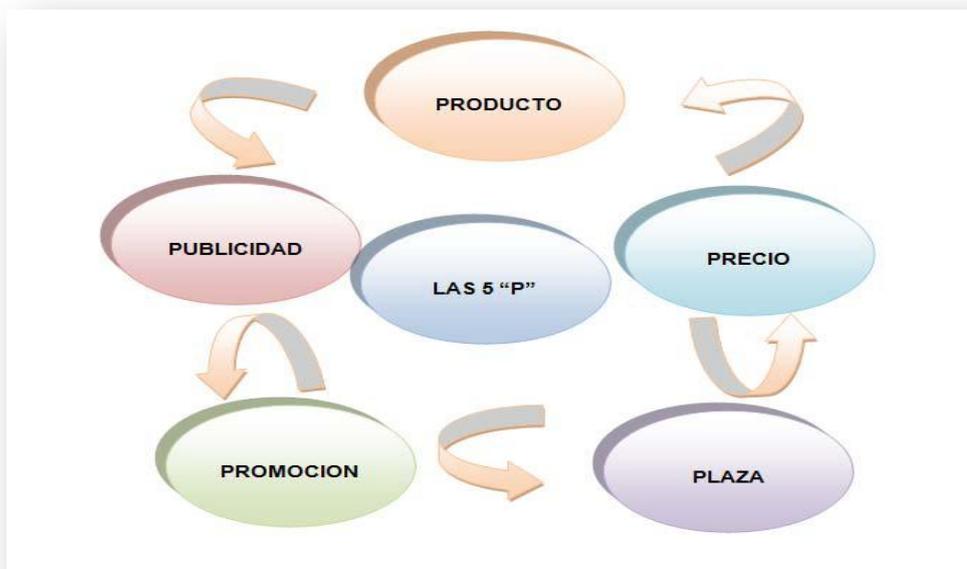
AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA TOTAL	DEMANDA INSATISFECHA
0	871.999	360.000	511.999

Fuente: Demanda Efectiva y Oferta

Autora: Lus Paqui

1.9. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Una vez determinado las posibles oportunidades de mercado, es importante diseñar algunas estrategias que permitan llegar a los autoservicios y cafeterías de la ciudad de Loja ya que son quienes van a adquirir para su comercialización convirtiéndose en los intermediarios hasta llegar al consumidor final, este producto tiene una gran diferencia de las demás empanadas ya que es un producto nuevo en el mercado, y además contiene una variedad de aportaciones nutricionales, por tal motivo nuestra estrategia de posicionamiento frente a nuestros competidores será ofrecer un producto similar, pero con aportaciones nutricionales y utilización de materia prima orgánica, diferente a las demás. Para que nuestro producto tenga éxito en el mercado se tiene que tomar en consideración la mezcla de mercadotecnia conformado por las 5 P, que es: producto, precio, plaza, promoción y publicidad.



PRODUCTO

El producto que se obtendrá en la nueva línea productiva es empanadas a base de papa china orgánica (colocasia esculenta) que con las propiedades nutricionales y medicinales que contiene la materia prima beneficia a las personas en su salud ya que ayuda a prevenir algunas enfermedades, tales como: ceguera por su alto contenido de vitamina A o Retinol, problemas gastrointestinales y hepáticos por poseer hierro y potasio, aporta una importante cantidad de calcio lo cual ayuda a fortalecer los huesos, además esta raíz posee una características esencial ya que es un antioxidante natural.

Materia prima directa. La materia que se utiliza es papa china de buena calidad.

Materia prima indirecta es: mantequilla, huevos y sal.

Ingrediente del relleno: queso, cebolla y sal, contará con estricto control nutricional bajo en calorías y grasa, además el producto elaborado será 100% natural el mismo que tendrá gran valor nutricional en vitaminas y minerales.

Características del producto

- **Forma:** media luna
- **Medida:** de 15cm de largo y 8cm de ancho en el centro y 4cm a los lados.
- **Peso unitario:** 350 g. (aproximadamente)
- **Color:** plomo
- **Relleno:** de queso

Valor Nutricional del producto

El producto que se va a elaborar y lanzar al mercado es (Empanadas de papa china) y tiene el siguiente valor nutricional:

- Tiamina
- Hierro
- Fosforo
- Vitamina B6
- Vitamina C
- Niacina
- Potasio
- Cobre y manganeso, con un alto grado de fibra dietita y almidón.

Presentación del producto

Teniendo presente, de cuáles son los requerimientos de los que adquieren el producto para su comercialización que son los autoservicios y cafeterías de la ciudad de Loja, en lo que se refiere a la presentación del producto, pues que ellos nos han permitido diseñar empaques, etiquetas, logotipo, acondicionamiento de la unidad de medida (gramos, kilos, libras, litros, etc.), todo ello y el sabor delicioso de papa china hace una verdadera diferenciación del producto y una autentica originalidad.

- ☞ **Producto:** Empanadas de papa china (colocasia esculenta)
- ☞ **Empaque:** cubierta de plástico transparente.
- ☞ **Envase:** fuente impermeable (desechable) de color blanco
- ☞ **Peso neto:** 1.050 g. por empaque de 3 unidades.

☞ **Duración del producto:** 5 días.

ETIQUETA DEL PRODUCTO

EMPANADITAS DE PAPA CHINA

Raicitos de la amazonia Cía. Ltda.



INGREDIENTES:

Papa china
Mantequilla
Huevo
Sal
Relleno: (Queso y cebolla)

INFORMACIÓN NUTRICIONAL	
ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD %
Vitaminas	3 MG.
Proteínas	1 Gr.
Carbohidratos	25.7 Gr.
Humedad	72 Gr.
Fibras	0.4 Gr.
Grasas	0.2 Gr.
Calcio	26 MG.
Potasio	32 MG.

3 UNIDADES P.V.P \$:

“DEL CHEF LO QUE TE GUSTA COMO TE GUSTA”

Fábrica y Atención

Loja, Celi Román.

Teléfono:

www.productoamazonia.com

PESO NETO:

REGISTRO N°:

ELABORACIÓN CONFORME: NORMA INEN

LOTE:

Fecha de elaboración:

Fecha de expiración:

Estrategia del producto

Marca: El nombre Comercial que representará a nuestra empresa y el producto que ofreceremos a nuestros clientes con una identidad propia es:

“RAICITOS DE LA AMAZONIA Cía. Ltda.”

Logotipo: La imagen que usaremos en nuestra publicidad para que las personas puedan identificar y conocer este producto, donde se demuestra la calidad, higiene, prestigio y confianza que nuestra empresa representará es el siguiente:



Slogan: El slogan es la frase clave con él cual la organización reflejará su filosofía y a su vez permitirá posicionarnos en la mente de los consumidores. Nuestro slogan es el siguiente:

“*LO QUE TE GUSTA COMO TE
GUSTA*”

Proveedores

Para realizar este proyecto contactaremos con proveedores que nos proporcionen la materia prima de calidad, se buscarán a aquellos productores de papa china que nos garanticen que el cultivo de este tubérculo sea completamente orgánico y nos pueda proveer las cantidades necesarias.

Es por eso que para nuestra empresa contaremos con los productores de productos orgánicos y los agricultores de la Provincia de Zamora Chinchipe, quienes serán nuestros proveedores durante la producción de las empanadas de papa china.

PRECIO

El precio a asignarse al producto está basado en las encuestas realizadas en los distintos autoservicios y cafeterías de la ciudad de Loja basando en los datos obtenidos, tenemos que de los 151 encuestados que representa el 100% de la población, solo el 98.69% de la misma están dispuesta a adquirir el tubérculo, Colocasia Esculenta como empanadas.

El precio que se decida para el proyecto será en función de lo que haga la competencia al respecto, también el propio costo de producción y de lo que están dispuestos a pagar los consumidores. Es decir, se debe considerar los precios vigentes en el mercado y lo más importante, el precio que el consumidor final está dispuesto a pagar por el producto.

Factores que influyen en la fijación del precio

La fijación se debe al deseo de obtener beneficios o ganancias por parte de la empresa, los ingresos se determina por la cantidad de ventas realizadas, ya que si los precios son elevados, los ingresos totales pueden ser altos, pero que esto repercuta en los beneficios dependerá de la adecuada determinación y equilibrio entre las denominadas (áreas de beneficios) que son:

Áreas internas

- Costes.
- Cantidad.
- Precios.
- Medios de producción.

Áreas externas

- ✚ Mercados.
- ✚ Tipos de clientes.
- ✚ Zonas geográficas.
- ✚ Canales de distribución.
- ✚ Promoción.
- ✚ Publicidad.

PLAZA

Las actividades de logística y distribución serán otro punto de la estrategia de mercadeo. Incluye: los canales por los cuales se van a distribuir los productos, las formas de entrega, las alianzas comerciales de venta y todas las actividades relacionadas con el manejo del producto, su cuidado y su llegada al consumidor final. Entre los más opinados por la población encuestada, tenemos:

- ✚ Cafeterías

Autoservicios

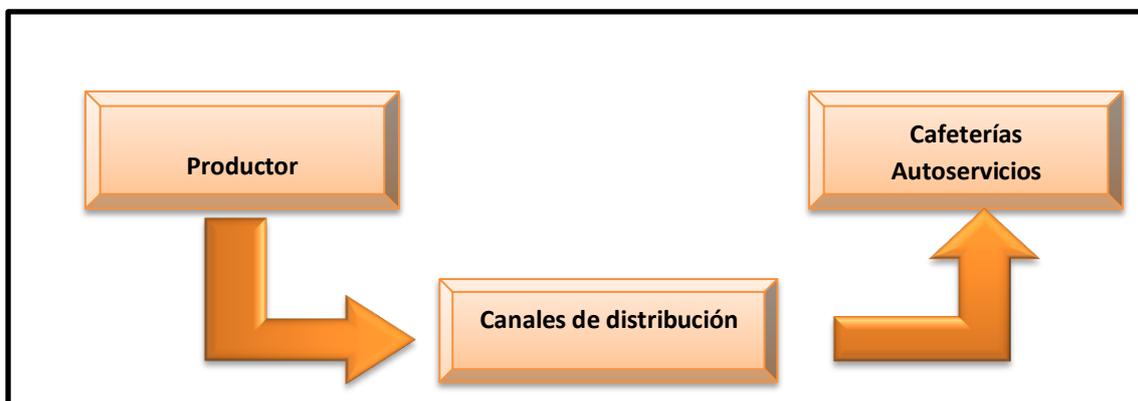
Con todo lo propuesto anteriormente decimos que se realizara la venta externa ya que no venderemos directamente a los consumidores, sino que se hará por medio de los distribuidores.

Canales de distribución

El vínculo de la empresa con el mercado objetivo con el fin de facilitar el acceso a sus productos son naturalmente los canales de distribución por lo que es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales. Los canales son los que actúan en los territorios decididos por la empresa (plaza) y operan a través de su fuerza de ventas.

En este caso, nuestra empresa comprara la materia prima de aquellos grandes proveedores, de papa china orgánica, para luego así elaborar nuestro producto, el cual lo entregaremos a nuestros clientes por medios de los canales de distribución y estos actuaran como intermediarios.

Canales de distribución



Este es un factor imprescindible para captar la atención de nuestros clientes, se creará un sin número de promociones con el fin de que nuestros consumidores lleguen a saber todas las propiedades nutritivas que tiene nuestro producto, como estrategia optaremos a disminuir el precio en las temporadas de mayor demanda y se establecerán descuentos a compras hechas por mayor; las herramientas que tendremos que utilizar y valernos para crear una buena promoción será: la publicidad, promoción en ventas y marketing.

PUBLICIDAD

Para que este producto pueda posesionarse de una manera rápida en la mente de los consumidores, la publicidad a desarrollarse tendrá que ser muy extensa, ya que se trata de un producto que no tiene experiencia en el mercado de los productos semielaborados como son las empanadas y será introducido de una manera muy rápida, si se desea acaparar el mercado potencial de los consumidores de las empanadas; la publicidad se lo realizara mediante la radio.

De acuerdo a la información recopilada en las encuestas las preferencias de los medios de comunicación para la publicidad son variadas, para lo cual se tomó los que tienen mayor preferencia por parte de los encuestados como es la radio.

Los medios publicitarios seleccionados por la empresa serán la radio; en la empresa radial Radio Matovelle, que se realizará contratos mensuales a 85,00 dólares por mes, por dos cuñas radiales diarios de lunes a viernes:

**CUADRO # 46
PUBLICIDAD**

PRESUPUESTO DE CUÑAS PUBLICITARIAS				
Detalle	Número de cuñas	Costos		
		Unitario	Mensual	Anual
Cuña Publicitaria Radiales	1	\$ 85,00	\$ 85,00	\$ 1.020,00

Fuente: Radio Matovelle

Autor: Lus Paqui

2. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico sirve para analizar y determinar el tamaño y la localización óptima, los equipos, las instalaciones y la organización requeridos para la puesta en marcha de la empresa productora de empanadas de papa china. Es decir, el aspecto técnico de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del proyecto. Además con el estudio técnico se pretende contestar las preguntas referentes a dónde, cuánto, cómo y con qué elaborar el producto.

Objetivos del análisis técnico:

- 1. Verificar de que si existe o no la probabilidad técnica de producir el producto**, es decir analizar si éste es un producto que tenga las posibilidades de obtener materias primas, si su producción requiere de maquinaria y si esta se la puede adquirir, si la mano de obra está dispuesta a laborar en el desarrollo de este proyecto, analizar temas como la infraestructura, que tipo de organización se tiene que diseñar, cuales son los aspectos legales para emprender con el negocio, etc.
- 2. Consiste en determinar la localización del proyecto**, este tema es de vital importancia ya que se deberán tomar en cuenta factores secundarios como: la cantidad de proveedores, la cantidad de mercado, hay o no transporte para los insumos y para los empleados, las distancias que deben recorrer los vehículos para el reparto, etc., todos estos elementos deben ser valorados con el propósito de poder seleccionar la alternativa ideal para que el proyecto se desarrolle en condiciones óptimas.

3. Establecer el tamaño óptimo de la planta, esto significará que analicemos elementos tales como la demanda que tendrá nuestro producto, los tipos de suministros y de insumos requeridos para la producción, el tipo de tecnología y los equipos que utilizaremos, también es necesario tener en cuenta con cuanto contamos para el financiamiento de este proyecto, también será necesario definir el tamaño de la organización tanto administrativa como operativamente, todos estos elementos son necesarios para tener claro cuál es el tamaño óptimo de la planta.

2.1 TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA PRODUCTIVA

2.1.1 TAMAÑO DE LA EMPRESA

El tamaño de la producción se da por las relaciones recíprocas que existen entre el tamaño de la empresa y los aspectos como el mercado, la disponibilidad de recursos financieros, de mano de obra, las economías de escala, la disponibilidad de tecnología de punta y de insumos y materiales necesarios para la puesta en marcha del nuevo proyecto.

En este punto del estudio técnico se determinará la capacidad instalada y la capacidad utilizada del proyecto, tomando como referencia la demanda insatisfecha que se obtuvo del estudio de mercado aplicado anteriormente, así como las posibilidades económicas y las condiciones de la oferta.

El tamaño se mide en función del número de unidades que puede elaborar una unidad productiva durante un tiempo determinado y se basa en la capacidad del componente tecnológico (maquinaria).

El tamaño de la empresa del presente proyecto se lo determinó en función a la demanda insatisfecha. La empresa tendrá un tamaño de acuerdo con la estructuración hecha en los estudios preliminares, las áreas que se han determinado y que serán destinadas para: la administración, producción, comercialización, bodega, y la zona de parqueadero.

DATOS:

- ⊗ **DEMANDA INSATISFECHA: 473.338** empanadas.
- ⊗ **Productos diarios: 2304** empanadas
- ⊗ **Productos Semanales 16128** empanadas
- ⊗ **Productos anuales: 838.656** empanadas

$$2.304 * 7 \text{ dias} = 16.128 * 52 \text{ semanas} = 838.656$$

❖ CAPACIDAD INSTALADA DE LA PRODUCCIÓN

La capacidad instalada es aquella que ha sido determinada en base a estudios previos de la cantidad a producida y las 24 horas diarias, con el cual se determinó lo siguiente:

Un proceso demora 2 horas y se obtiene 192 empanadas, con ello se tiene una producción diaria de 2.304 (192 * 12) y una producción anual de 838.656

CUADRO # 47

❖ CAPACIDAD INSTALADA DE PRODUCCIÓN POR UNIDADES

CUADRO # 48 Demanda Cubierta

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	CAPA. INST. Proceso	CAPA. INST. DIARIA	CAPA. INST. SEMANAL	CAPA. INST. ANUAL
	2 horas	24 horas (12 procesos)	7 días	52 semanas
Empanas de papa china	192	2.304	16.128	838.656

Fuente: Proceso productivo
Elaboración: Lus Paqui

❖ CAPACIDAD UTILIZADA DE LA PRODUCCIÓN POR UNIDADES

Para determinar la capacidad utilizada se considera la jornada de 8 horas diarias, 5 días a la semana y 52 semanas al año.

CUADRO # 49 CUADRO DE LA CAPACIDAD UTILIZADA

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	CAPA. INST. Proceso	CAPA. INST. DIARIA	CAPA. INST. SEMANAL	CAPA. INST. ANUAL
	2 horas	8 horas (4 procesos)	5 días	52 semanas
Empanas de papa china	192	768	3840	199.680

Fuente: Capacidad Instalada y Demanda Insatisfecha
Elaboración: Lus Paqui

ANÁLISIS: Se puede observar que la empresa operara todos los años con el 39% de su capacidad instalada

2.1.2 LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

Para establecer la localización del proyecto se debe considerar algunos aspectos que tiene que ver con el mercado, el acceso a clientes y proveedores y la disponibilidad, la infraestructura sanitaria y los servicios.

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

1. **Mercado que se desea atender:** En este proyecto el mercado que se atenderá son los autoservicios y cafeterías debido a que la empresa estará ubicada cerca de estos lugares.
2. **Viabilidad Técnica:** El lugar para el funcionamiento de la empresa se encuentra en óptimas condiciones con respecto a su calidad de construcción, terrenos adecuados sin fallas y con servicios básicos.
3. **Viabilidad ambiental:** No existirá ningún impacto ambiental, peor aún los vehículos pueden acceder sin ningún inconveniente sin exceder las normas de impacto vial existente.

a. Macro localización

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

El estudio de la macro localización es la selección del área donde se ubicará el proyecto. El mismo que se localizara en la ciudad de Loja, ya que aquí se encuentra fácilmente la mano de obra requerida, acceso a la materia prima ya

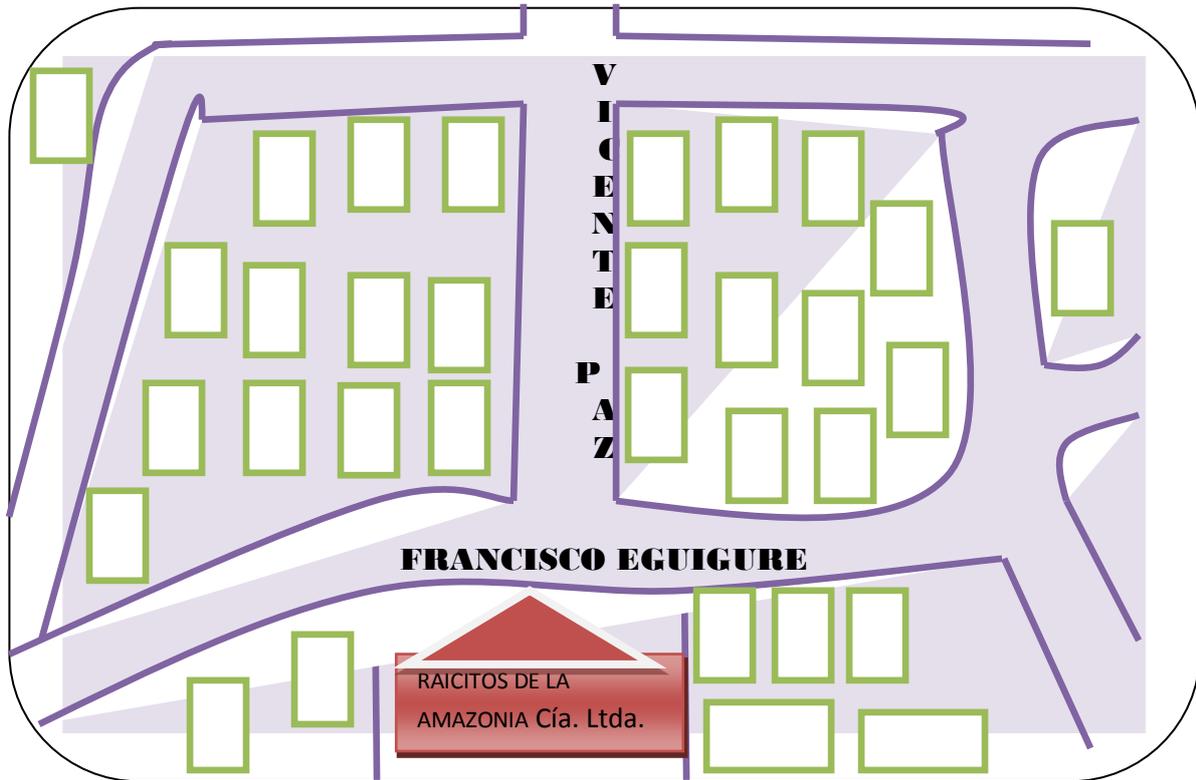
En esta parte se establece condiciones específicas o particulares que permite fácilmente establecer el lugar donde permita el desarrollo y funcionamiento adecuado del proyecto, para lo cual se debe tomar en cuenta los siguientes factores:

- **Vías de Comunicación y cercanía del mercado.-** vía de primer orden, asfaltada aproximadamente a 5 minutos del centro de la ciudad de Loja, lugar óptimo para la comercialización del producto.
- **Servicios Básicos.-** el sector posee energía eléctrica, agua potable, alcantarillado, telefonía fija y móvil.
- **Mano de obra.-** existe una gran disponibilidad de mano de obra calificada.

Facilidad de adquirir Materia Prima e Insumos.-

La adquisición de la materia prima se lo realizara a través de los productores agrícolas de la Provincia de Zamora Chinchipe y queda a pocos Km de la ciudad de Loja, en cuanto a la adquisición de los insumos, se la efectuará en el supermercado ZERIMAR, por ser los lugares cercanos a la empresa.

CUADRO # 51 MICROLOCALIZACIÓN



2.2 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

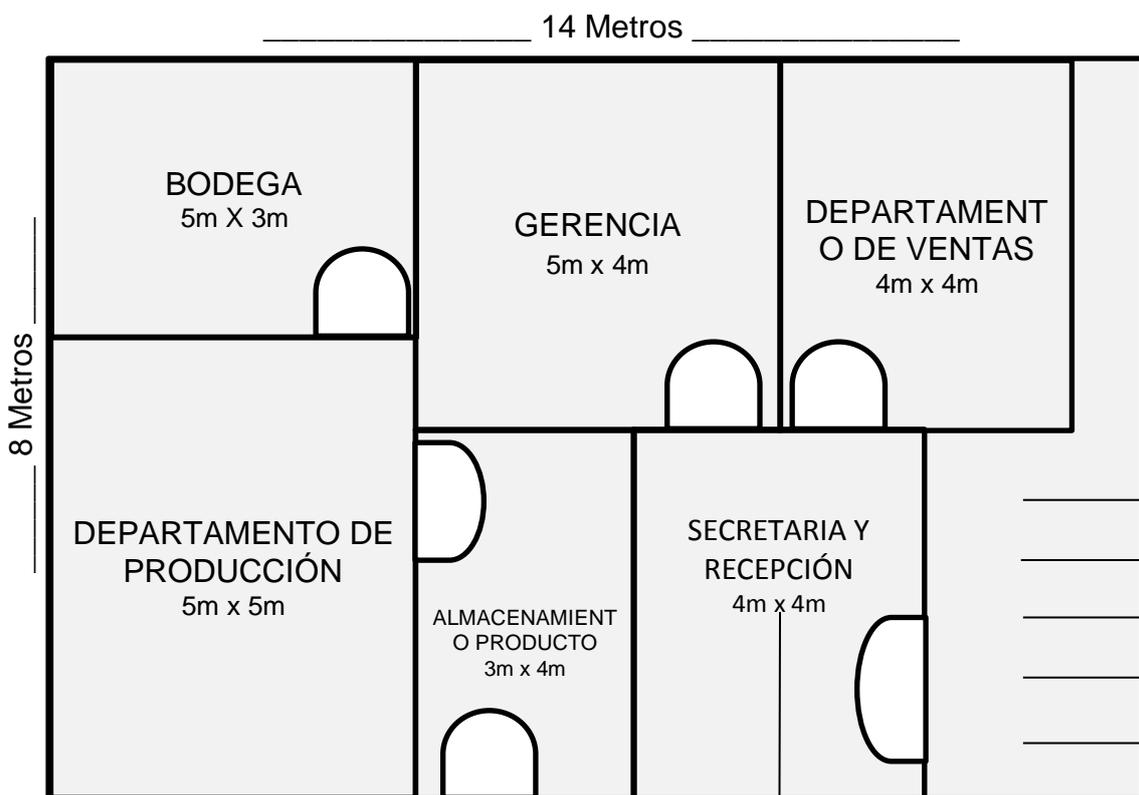
La distribución de la planta es el lugar u obra física industrial, en donde la empresa va a desarrollar sus actividades de administración, producción y comercialización, además se debe organizar en forma secuencial todos los espacios de los diferentes puestos de trabajo y sitios de constantes actividades. Se debe tomar en cuenta fundamentalmente, la atención de las que se dan en el movimiento de materia prima, trabajos indirectos y servicios auxiliares.

La distribución de la planta tiene como objetivo principal localizar la maquinaria de forma adecuada y que se haga posible cumplir con el buen funcionamiento establecido en el diagrama del proceso operacional.

El ordenamiento adecuado de las maquinarias en la planta productora, permite la ejecución sin contratiempos en la operación y la minimización del transporte del producto en proceso, entre las maquinarias.

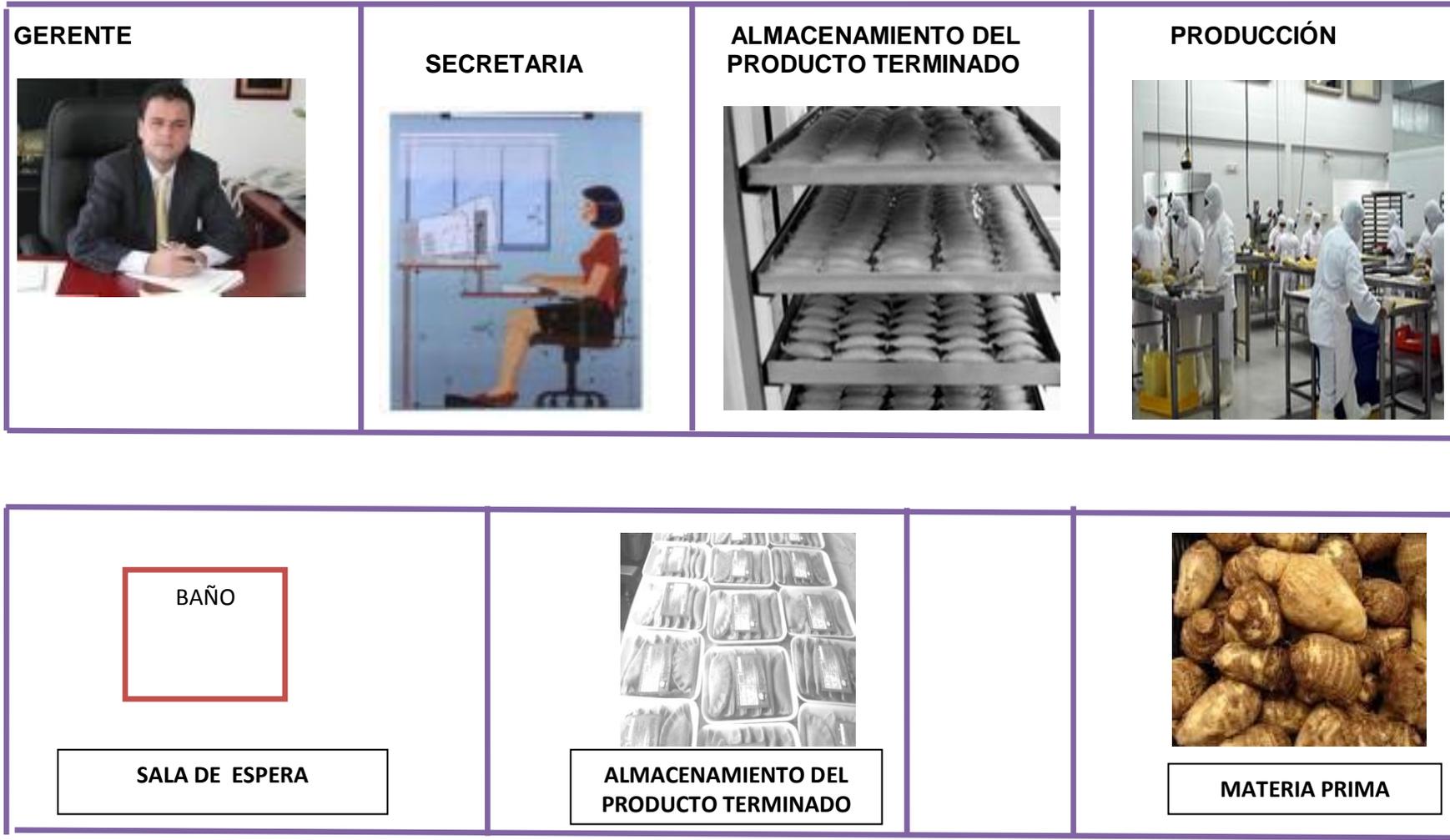
En la distribución de la planta productora y comercializadora de empanadas de papa china “RAICITOS DE LA AMAZONIA Cía. Ltda.”, para el adecuado y buen funcionamiento de la misma se ha tomado en consideración la siguiente distribución:

CUADRO # 52
2.2.1 DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA PLANTA PRODUCTORA



ELABORACIÓN: Lus Angelina Paqui

**CUADRO # 53
COMPONENTES QUE CONTEMPLA LA DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA**



ELABORACIÓN: Lus Angelina Paqui

2.2.2 INGENIERÍA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto se refiere específicamente a aquella parte del estudio que se relaciona en su fase técnica, es decir en las etapas del estudio, instalaciones, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto.

2.2.3 PROCESO PARA LA ELABORACIÓN DE EMPANADAS DE PAPA CHINA.

La papa china será adquirida de proveedores que nos facilitarán la materia prima, teniendo en cuenta que la misma es de origen orgánico.

Posteriormente se realizará un proceso de selección y calidad de la papa a utilizarse debiendo encontrarse en un óptimo estado para la elaboración del producto que se va a comercializar. La producción de las empanadas de papa china conlleva una serie de procesos, los cuales se detallan a continuación:

- 1. Recepción y control de la materia prima.-** la materia prima para la elaboración del producto, esta operación la realizará un obrero, tiempo estimado 10 minutos.
- 2. Selección de la materia prima.-** para la eliminación de impurezas, estará realizada por dos obreros, tiempo 15 minutos.
- 3. Lavado y pelado.-** 10 minutos
- 4. Lavado y cocido.-** 15 minutos
- 5. Triturado de la materia prima.-** 5 minutos

- 6. Elaboración de la maza.-** 10 minutos
- 7. Estirada y colocación del relleno.-** 10 minutos
- 8. Moldeado del producto:** En la presente etapa los obreros trabajan la materia prima ya transformada y enfriada con la utilización de moldes, para luego colocarlos en bandejas de policarbonatos y poder ubicarlos en las perchas, tiempo estimado 10 minutos.
- 9. Control de calidad:** esta operación la realiza el Jefe de Producción con la finalidad de evitar anomalías en el producto, tiempo 10 minutos.
- 10. Empaquetado:** Se procede a colocar el producto terminado en las bandejas, cubierta y su etiqueta correspondiente, esta actividad la realizaran los obreros, tiempo estimado 5 minutos.
- 11. Control de calidad:** Se realiza un último control de calidad para verificar que el producto esté debidamente sellado y en condiciones para salir a la venta, esta actividad será realizada por el jefe de producción, tiempo requerido 10 minutos.
- 12. Almacenamiento:** Las bandejas serán ubicadas en perchas y grandes congeladores y vitrinas para su posterior comercialización, esta actividad la realizaran los obreros luego de que el producto pasó por su respectivo control de calidad, tiempo estimado 10 minutos.

GRAFICO # 54

2.2.4 FLUJOGRAMA DEL PROCESO

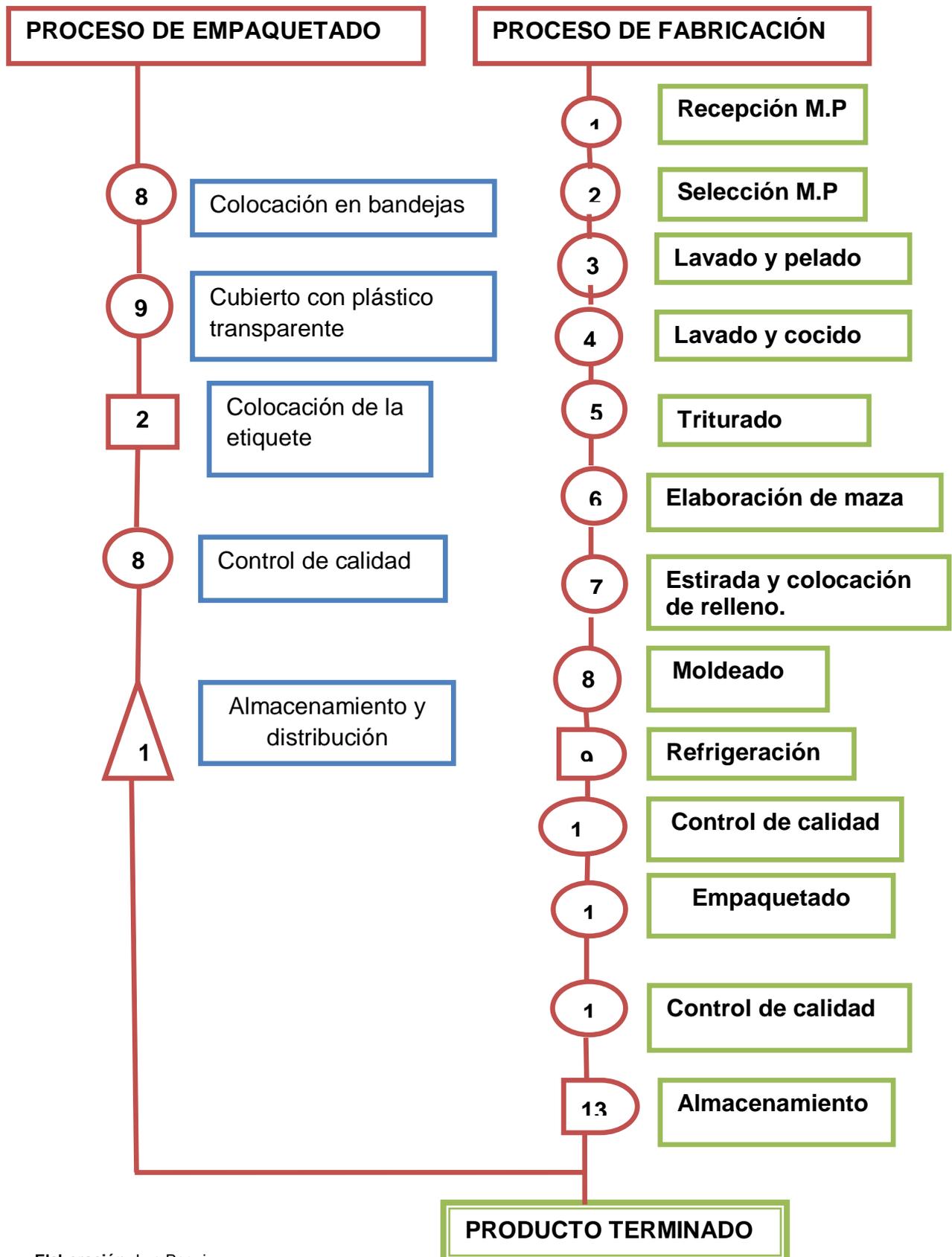
ETAPA	ESPECIFICACIÓN	TIEMPO	SIMBOLOGÍA
1	Recepción de materia prima	10min.	
2	Selección de materia prima	15min.	
3	Lavado y pelado	10min.	
4	Lavado y cocido	15min.	
5	Triturado de materia prima	5min.	
6	Elaboración de la maza	10min.	
7	Estirada y colocación de relleno	10min.	
8	Moldeado	10min.	
9	Control de Calidad	10min.	
10	Empaquetado	5min.	
11	Control de Calidad	10min.	
12	Almacenamiento	10min.	
Total		120min	

Elaboración: Lus Paqui

- ❖ 120 min (2 horas) = **1 Proceso**
- ❖ 1 Proceso = **192 unidades**
- ❖ 192 X 12 Procesos diarios = **2.304 unidades diarias**
- ❖ **2.304 unidades diarias** x 7 días de la semana = 16.128 unidades semanales.
- ❖ 16128 x 52 semanas = **838.656 unidades anuales**
- ❖ **2 Operarios.**

GRÁFICO # 55

2.2.5 DIAGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO



Elaboración: Lus Paqui

■ RECURSOS HUMANOS PARA LA EMPRESA

**CUADRO # 56
PERSONAL ADMINISTRATIVO**

Nro.	Personal
1	Gerente- Jefe de ventas
1	Asesor Jurídico
1	Secretaria - Contadora

Elaboración: Lus Paqui

**CUADRO # 57
PERSONAL OPERATIVO**

Nro.	Descripción	H/día	H/semanal	H/mensual	H/anual
2	Obreros	8 horas	40 horas	160 horas	1,920 horas

Elaboración: La autora

2 x 40 = 80 horas semanal

2 x 160 = 320 horas mensual

2 x 1,920 = **3, 840 horas anual**

■ MATERIA PRIMA DIRECTA E INDIRECTA DE LA EMPRESA

**CUADRO # 58
Materia prima directa**

DETALLE	CANTIDAD REQUERIDA	
	MENSUAL	ANUAL
Papa China	4160	49920
Huevo	2080	24960
Mantequilla	104	1248
Queso	1040	12480
Cebolla	260	3120
Sal	52	624

Elaboración: Lus Paqui

■ MATERIA PRIMA INDIRECTA

**CUADRO # 59
MATERIA PRIMA INDIRECTA**

DETALLE	CANTIDAD REQUERIDA	
	MENSUAL	ANUAL
Charoles Términos	5547	66560
Plástico Transparente de 300 metros	14	166
Etiquetas	16640	199680

Elaboración: Lus Paqui

■ INVERSIÓN EN EQUIPOS, MUEBLES Y MAQUINARIA DE LA EMPRESA “RAICITOS DE LA AMAZONIA”

Para el funcionamiento de la organización se necesita invertir en maquinarias, equipos y muebles necesarios para llevar un orden en la empresa lo que ayudará a mantener un proceso de producción eficiente y eficaz.

Teniendo en cuenta el número de trabajadores se procederá a adquirir la adecuada cantidad de equipos y muebles. La tabla a continuación muestra detalladamente los ítems que se requieren:

**EQUIPO DE OFICINA
CUADRO # 60**

Detalle	Cantidad
Teléfonos de escritorio	1
Impresora	1
Calculadora	1

Elaboración: Lus Paqui

EQUIPO DE CÓMPUTO

CUADRO # 61

Detalle	Cantidad
Computadores Core I3	2

Elaboración: Lus Paqui

**MUEBLES DE OFICINA
CUADRO # 62**

Detalle	Cantidad
Escritorio gerencial	1
Escritorio de madera	2
Silla giratoria	3
Sillas de madera	3
Perchas metálicas	2
Archivador de madera	3

Elaboración: Lus Paqui

MAQUINARIA Y EQUIPO

CUADRO # 63

Detalle	Cantidad
Maquina lavadora y pelador	1
Cocina industrial	1
Congelador industrial	1
Molino Eléctrico	1
Batidora Industrial	1

Elaboración: Lus Paqui

GRÁFICOS # 64

MAQUINA LAVADORA Y PELADORA DE PAPA CHINA



OLLAS A PRECION INDUSTRIAL . TAMAÑO 209X201



COCIINA INDUSTRIAL TAMAÑO 400 X 330



CONGELADOR INDUSTRIAL



SELLADORA DE BANDEJAS



MAQUINARIA Y EQUIPO CUADRO # 65

Detalle	Cantidad
Moldeadores	4
Ollas a presión industrial	2
Balanza	1
Selladora de bandejas	1
Etiquetadora tamaño 400X400	1
Cuchillos	2
Tinas	2
Rodillos	2
Cucharones	2
Fuentes	2
Gavetas de Plástico	20

Elaboración: Lus Paqui

2.3. DISEÑO ORGANIZACIONAL (Organizativa Empresarial)

2.3.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y LEGAL DE LA EMPRESA

El estudio organizacional es la descripción detallada de todo lo relacionado con los recursos humanos y materiales del área administrativa necesarios en la ejecución de un proyecto de inversión. Los aspectos que se analizan en este estudio son: la estructura organizacional, lo cual implica la definición del tipo de departamentalización que se utilizará en la empresa.

Base Legal

De acuerdo a las leyes y normas ecuatorianas se debe cumplir una serie de pasos necesarios para la creación y constitución legal de una empresa. Aspectos legales que incluyen el Acta Constitutiva y el Registro de Comercio de la empresa. Los principales pasos son los siguientes:

- ✚ Reserva del nombre en la Superintendencia de Compañías.
- ✚ Junta de Accionistas en la que se realice el nombramiento de los representantes legales de la empresa.
- ✚ Valuación de bienes muebles o inmuebles que se aportarán como capital.
- ✚ Elaboración de la minuta de la escritura de constitución.
- ✚ Elevación a escritura pública en una Notaría.
- ✚ Solicitud de aprobación dirigida a la Superintendencia de Compañías.
- ✚ Aprobación de la Superintendencia de Compañías mediante Resolución.
- ✚ Publicación del extracto de la escritura en un periódico de amplia circulación.
- ✚ Obtención de la Patente Municipal.

- ✚ Afiliación a la Cámara de Comercio o Cámara respectiva.
- ✚ Inscripción en el Registro Mercantil de la Escritura de Constitución, Resolución de la Superintendencia de Compañías y Representantes Legales de la Empresa.
- ✚ Obtención del Registro Único de Contribuyentes.

La empresa **“RAICITOS DE LA AMAZONIA Cia. Ltda.”** será una compañía limitada por las siguientes razones:

- ❖ Requiere de un mínimo de tres personas naturales y no más de quince al momento de su constitución.
- ❖ Requiere de un monto mínimo de \$400 para su constitución.

Minuta para la constitución de la compañía

Señor Notario:

En el registro de escrituras Públicas a su cargo, dígnese insertar una que contiene la constitución de la Compañía de Responsabilidad Limitada **“RAICITOS DE LA AMAZONIA Cia. Ltda.”** dedicada a la producción y comercialización de empanadas de papa china.

En la Ciudad de Loja, Cantón del mismo nombre, hoy 02 de enero del 2016, ante el notario de la ciudad se eleva a minuta la constitución de la siguiente compañía limitada.

En el Registro de escrituras Públicas a su cargo, díguese insertar una que contenga la constitución de la compañía colectiva **“RAICITOS DE LA AMAZONIA Cia. Ltda.”** de acuerdo a las siguientes estipulaciones:

PRIMERA.-Otorgantes: Concurren al otorgamiento de esta escritura de constitución de la compañía en nombre colectivo los señores: Lus Angelina Paqui Zhunaula y otros, de nacionalidad Ecuatoriana, mayores de edad, legalmente capaces, domiciliados en esta ciudad y quienes comparecen por sus propios derechos.

SEGUNDA.- Los comparecientes convienen en constituir la compañía de Responsabilidad Limitada **“RAICITOS DE LA AMAZONIA Cia. Ltda.”**, que se registrará por las Leyes del Ecuador y el siguiente estatuto.

TERCERA.- Estatuto de la Compañía Responsabilidad Limitada **“RAICITOS DE LA AMAZONIA Cia. Ltda.”**

Capítulo Primero:

Nombre, domicilio, objeto social y plazo de duración.

ARTÍCULO UNO.- La Compañía llevará el nombre de **“RAICITOS DE LA AMAZONIA Cia. Ltda.”**

ARTÍCULO DOS.- El domicilio de la compañía es en el cantón Loja, ciudad del mismo nombre.

ARTÍCULO TRES.- La compañía tiene como objeto social la producción y comercialización de empanadas de papa china en la ciudad de Loja.

ARTÍCULO CUATRO.-El plazo de duración de la compañía es de 5 años, contados a partir de la fecha de inscripción del contrato constitutivo en el Registro Mercantil.

Capítulo Segundo

Del capital social, de las participaciones y de la reserva legal.

ARTÍCULO CINCO.- El capital social de la compañía es de 402 dólares dividido en 402 acciones que serán pagados en partes iguales por los socios las que estarán representadas por el certificado de aprobación correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos.

ARTÍCULO SEIS.-La compañía puede aumentar el capital social por resolución de la Junta General de los Socios con el consentimiento de las terceras partes del capital social presente en la sección.

ARTÍCULO SIETE.- El aumento de capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo hará de la siguiente manera: en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas o utilidades, por capitalización de la reserva por revalorización del patrimonio realizado conforme a la ley y la reglamentación pertinente, o por demás medios previstos en la ley.

ARTÍCULO OCHO.- La reducción del capital se regirá por lo previsto por la ley de compañías, y en ningún caso se tomarán resoluciones encaminadas a reducir el capital social si ello implicare la devolución de los socios de parte de las aportaciones hechas y pagadas con las excepciones de ley.

ARTÍCULO NUEVE.- La compañía entregara a cada socio el certificado de aprobación que le corresponde. Dicho certificado de aportación se extenderá en libretines acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor certificado, nombre del socio o propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de consecución, notaria en que se otorgó, fecha y número de la inscripción en el registro mercantil, fecha y lugar de expedición.

ARTÍCULO DIEZ.- Al perderse o destruirse un certificado de aportación el interesado solicitara por escrito al gerente la emisión de un duplicado.

ARTÍCULO ONCE.- Las participaciones en esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello el consentimiento unánime del capital social, que la sesión se celebre por escritura pública y se observe las pertinentes disposiciones de la ley.

ARTÍCULO DOCE.- Las participaciones de los socios en esta compañía son transmisibles por herencia, con forme a la ley.

Capítulo Tercero

De los socios, de sus deberes, atribuciones y responsabilidad.

ARTÍCULO TRECE.- Son obligaciones de los socios:

- Las que señalan la ley de compañías.
- Cumplir las funciones y actividades deberes que les asignase la Junta General de socios, el gerente general y presidente de la compañía.
- Cumplir con las aportaciones implementarias en proporción a las participaciones que tuvieren en la compañía.

- Las demás que señale este estatuto.

ARTÍCULO CATORCE.- Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones:

- Intervenir con vos y voto en las sesiones de Junta General de Socios, personalmente o mediante poder a un socio o extraño, ya se trate de poder notarial o de carta poder.
- A percibir las utilidades o beneficios a prorrata de las participaciones pagadas, lo mismo respecto del acervo social, de producirse las liquidaciones.
- Los demás derechos previstos en la ley y estatutos.

NIVELES JERÁRQUICOS DE “RAICITOS DE LA AMAZONIA Cia. Ltda.”

- ⇒ **LEGISLATIVO.-** Constituido por la junta de accionistas, encargado de legislar las políticas, normas procedimientos resoluciones, etc. Este nivel se encargara de decidir sobre los aspectos de mayor importancia.
- ⇒ **DIRECTIVO.-** Constituido por el gerente, encargado de planear, orientar, encargado además de dar cumplimiento a cada una de las actividades de las unidades que se encuentran a su mando.
- ⇒ **ASESOR.-** constituido por los ingenieros en tributación, encargados de aconsejar, informar en cuanto a la materia que se encuentran asesorando, es importante mencionar que este no tiene autoridad de mando, sino autoridad funcional, no toma decisiones ni ordena solo orienta a los altos mandos.

- ⇒ **NIVEL OPERATIVO.-** Responsable de ejecutar tareas básicas, integrado por aquellas unidades que tienen a su cargo la producción o suministros de servicios al público ventas
- ⇒ **NIVEL AUXILIAR.-** constituido por la secretaria y el conserje, quienes ayudaran a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios, de tal manera que estos se den con eficiencia y oportunidad, su grado de autoridad es mínimo, así como su responsabilidad

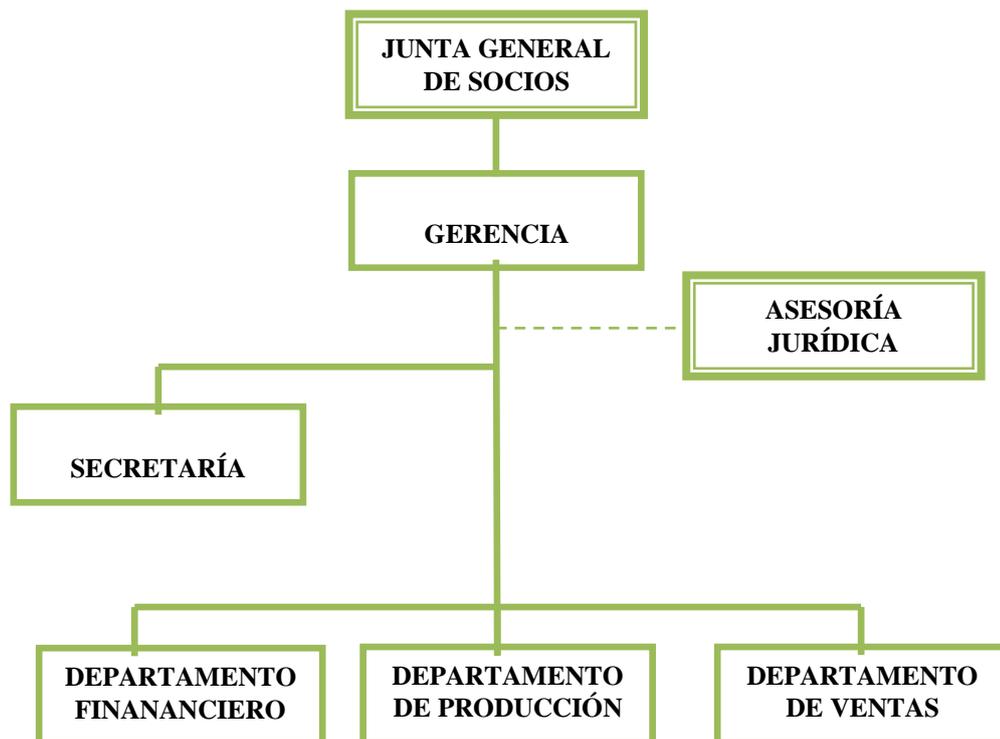


ORGANIGRAMAS

Los organigramas más utilizados en una empresa para definir al recurso humano y sus respectivas funciones son:

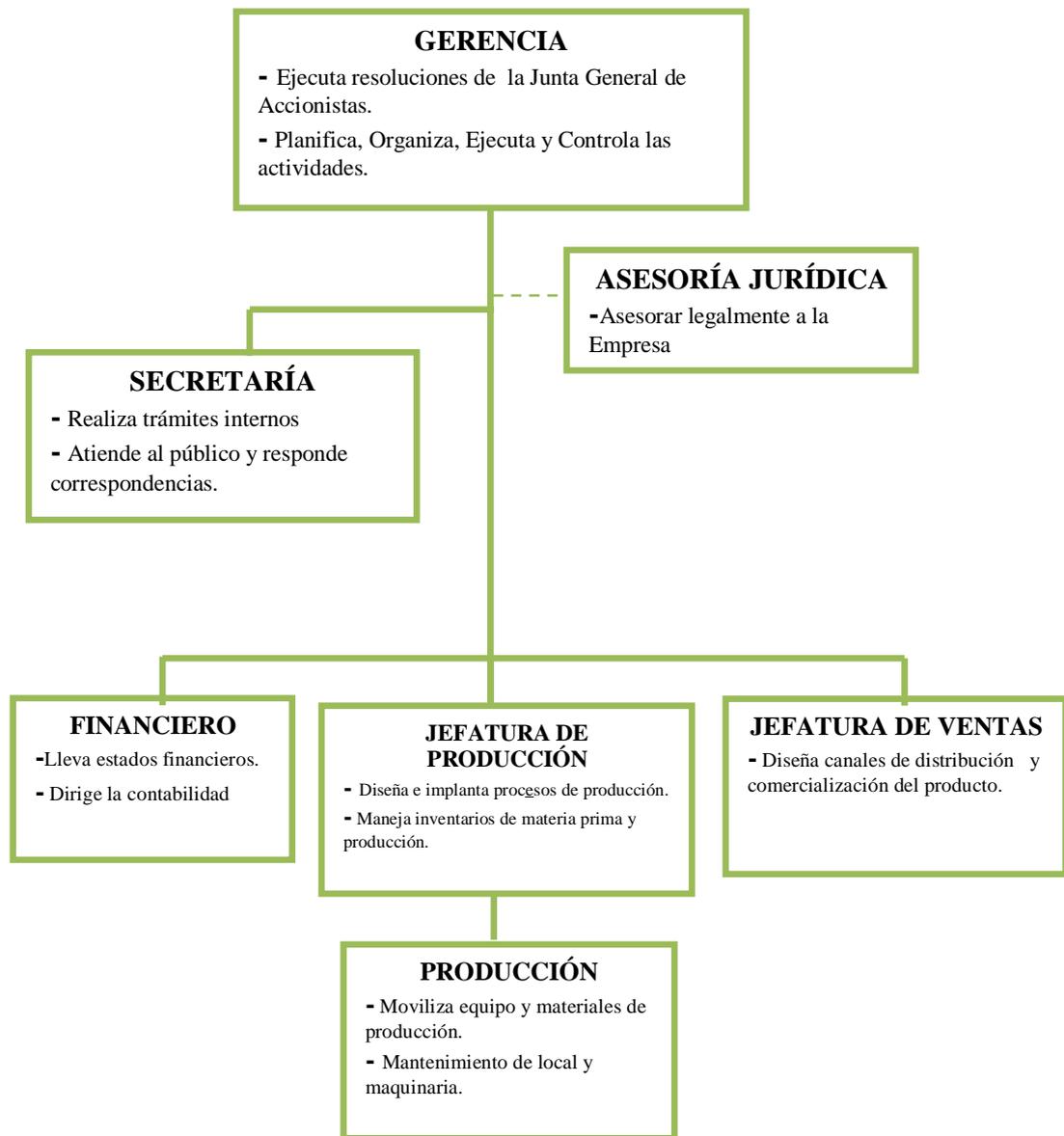
- ❖ El organigrama estructural.
- ❖ El organigrama de personal.
- ❖ El organigrama funcional.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL EMPRESA “RAICITOS DE LA AMAZONIA Cia. Ltda.”



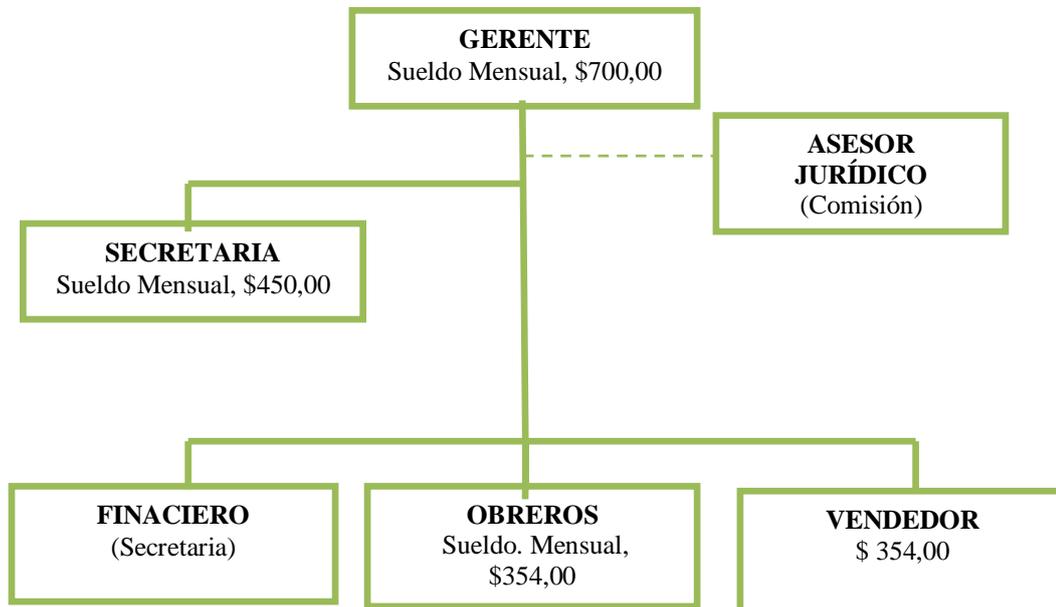
ELABORACIÓN: Lus Paqui

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE “RAICITOS DE LA AMAZONIA Cia. Ltda.”



ELABORACIÓN: Lus Paqui

ORGANIGRAMA POSICIONAL “RAICITOS DE LA AMAZONIA Cia. Ltda.”



ELABORACIÓN: Lus Paqui

Descripción de Funciones

A continuación se describen los puestos y las funciones para cada cargo:

CUADRO # 66

PUESTOS	SUELDO
JUNTA GENERAL DE SOCIOS	
Gerente	\$700,00
Secretaria – financiero	\$450,00
Obreros	\$352,00
Vendedor	\$354,00

ELABORACIÓN: Lus Paqui

CUADRO # 67

NOMBRE DEL PUESTO: GERENTE	CÓDIGO:R-001	SUELDO: \$ 700,00
NIVEL JERÁRQUICO: EJECUTIVO	DEPENDIENTE DEL : DIRECTORIO	
ROL DEL PUESTO Planifica, programa, organiza, ejecuta, dirige y controla las actividades que se realizan en la empresa.		
FUNCIONES DEL PUESTO. <ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con las disposiciones dadas por el directorio e informar sobre la marcha de las mismas. • Ejercer la representación legal judicial y extrajudicial de la empresa. • Administrar los bienes inmuebles y mantenerlos en buen estado de funcionamiento. • Manejar los procesos de adquisición de bienes, equipos, materiales, suministros, repuestos y otros que lo soliciten. • Desarrollar sistemas de mejoramiento de procesos y actividades dentro de la Institución. • Elaborar manuales para su divulgación. • Cumplir y hacer cumplir las políticas, normas, procedimientos y programas de trabajo establecidos por la empresa. 		
INTERFAZ <ul style="list-style-type: none"> • Con jefes departamentales. • Con proveedores y clientes. 		
REQUERIMIENTOS MÍNIMOS HABILIDAD A.- Educación: Título profesional en Ingeniería Comercial. B.- Experiencia: De 3 a 4 años en actividades afines al puesto de trabajo. C.- Iniciativa: Requiere criterio e iniciativa para planificar, organizar, ejecutar, evaluar y tomar decisiones de trascendencia.		
ESFUERZO D.- Físico: Esfuerzo mínimo para realizar las labores en su puesto de trabajo. E.- Mental y/o visual: Atención mental y/ o visual normal.		
RESPONSABILIDAD F.-Por equipo y maquinaria: La probabilidad es mínima que se dañe el equipo. G.- Por materiales, productos y/o dinero: Su función requiere responsabilidad económica por el manejo de más De 1.000,00 dólares H.- Por trabajo de otros: Dirige y controla el trabajo de más de 15 personas.		
CONDICIONES DE TRABAJO I.- Condiciones: El trabajo se realiza en condiciones normales, en el interior, limpio, ordenado, ventilación buena. J.- Riesgos: La probabilidad de que ocurran accidentes dentro del trabajo es muy eventual.		

NOMBRE DEL PUESTO : ABOGADO I138	CÓDIGO: R-003
NIVEL JERÁRQUICO : ASESOR JURÍDICO	DEPENDIENTE DE : ASESORÍA LEGAL
ROL DEL PUESTO Ejecución de labores administrativas de carácter legal.	
FUNCIONES DEL PUESTO <ul style="list-style-type: none"> • Organizar los procesos y asuntos administrativos legales de la empresa. • Atender las disposiciones del Gerente en asuntos legales. • Cumplir y hacer cumplir las políticas, normas, procedimientos y programas de trabajo establecidos por la empresa "RAICITOS DE LA AMAZONIA S.A." • Informar cuando sea necesario al Gerente, sobre el avance de los trabajos y procesos encomendados. • Coordinar con el resto de personal la ejecución de las labores de carácter legal que se atienden en la empresa. • Mantener actualizado los diferentes procesos legales y trabajos administrativos. 	
INTERFAZ <ul style="list-style-type: none"> • Exige relaciones con Jefes departamentales, clientes y público en general • Exige relación con autoridades de la Administración de la justicia. 	
REQUERIMIENTOS MÍNIMOS HABILIDAD A.- EDUCACIÓN : Título Profesional de Abogado o Postgrado B.- EXPERIENCIA: De 2 a 3 años en actividades de asesoría legal C.- INICIATIVA: Requiere ciertas interpretaciones de las órdenes recibidas e iniciativa para resolver problemas medianamente difíciles.	
ESFUERZO D.- FÍSICO: Esfuerzo mínimo para realizar las labores de su puesto de trabajo. E.- MENTAL Y/O VISUAL: Atención mediana en toda la jornada.	
RESPONSABILIDAD F.- POR EQUIPO Y MAQUINARIA: La probabilidad es mínima que se dañe el equipo. G.- POR MATERIALES PRODUCTOS Y/O DINERO: El importe del material desperdiciado perdido o deteriorado no exceda a USD.10.00 dólares. H.- POR EL TRABAJO DE OTROS: Responde por su propio trabajo.	
CONDICIONES DE TRABAJO I.- CONDICIONES: El trabajo se realiza en condiciones normales, en el interior, limpio, ordenado, ventilación buena, J.- RIESGOS: La probabilidad de que ocurran accidentes dentro de su puesto de trabajo es muy eventual.	

NOMBRE DEL PUESTO: SECRETARIA GENERAL	CÓDIGO: R-004	SUELDO: \$ 292.87
NIVEL JERÁRQUICO : APOYO	DEPENDIENTE DE : GERENTE	
ROL DEL PUESTO Ejecución de labores variadas de secretaria en apoyo a la gestión administrativa de cada una de las direcciones o unidades.		
FUNCIONES DEL PUESTO. <ul style="list-style-type: none"> • Mecanografiar oficios, memorandos y otros documentos similares. • Asistir eventualmente a reuniones de trabajo • Recibir, registrar, tramitar y controlar la correspondencia • Redacción y teneduría de actas de sesiones de trabajo • Tomar dictados, elaborar resúmenes de documentos • Redactar comunicaciones externas e internas • Atender al público, personal o telefónicamente • Administrar el archivo de la unidad • Operar equipos de comunicación e informática • Cumplir las políticas, normas, procedimientos y programas de trabajo establecidos por la empresa, • Las demás que le asigne el o los superiores jerárquicos. 		
INTERFAZ <ul style="list-style-type: none"> • Con personal de su departamento y público en general 		
REQUERIMIENTOS MÍNIMOS HABILIDAD A.- EDUCACIÓN: Título de Bachiller Técnico en Secretariado Ejecutivo. B.- EXPERIENCIA: De 1 a 2 años en labores de secretaria. C.- INICIATIVA: Requiere solamente habilidad para ejecutar exactamente las órdenes recibidas de carácter rutinario.		
ESFUERZO D.- FÍSICO: Esfuerzo mínimo para realizar las labores en su puesto de trabajo. E.- MENTAL Y/O VISUAL: Atención mediana en toda la jornada de trabajo.		
RESPONSABILIDAD F.- POR EQUIPO Y MAQUINARIA: La probabilidad es mínima que el equipo se dañe G.- POR MATERIALES, PRODUCTOS Y/O DINERO: El importe del material desperdiciado, perdido o deteriorado no exceda a USD. 10.00 dólares. H.- POR TRABAJO DE OTROS: Responde por su trabajo.		
CONDICIONES DE TRABAJO I.- CONDICIONES: El trabajo se realiza en condiciones normales, en el interior, limpio, ordenado, ventilación buena. J.- RIESGOS : La probabilidad de que ocurran accidentes dentro del puesto de trabajo es muy eventual.		

NOMBRE DEL PUESTO : CONTADORA	CÓDIGO: R-005	SUELDO: \$450,00
NIVEL JERÁRQUICO : APOYO	DEPENDIENTE DE : GERENTE	
ROL DEL PUESTO Ejecución de labores técnico administrativas de contabilidad.		
FUNCIONES DEL PUESTO. <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar comprobantes de diario por diversos conceptos. • Realizar la liquidación contable de presupuestos de obras. • Verificar diariamente el total de recaudaciones por ventanillas y distritos. • Verificar diariamente informes de materiales de bodega. • Revisar los partes diarios de recaudación. • Subrogar al jefe de contabilidad en caso de ausencia del titular. • Realización de notas de conciliación bancarias. • Cumplir las políticas, normas, procedimientos y programas de trabajo establecidos por la empresa, • Las demás que le asigne el o los superiores jerárquicos. 		
INTERFAZ <ul style="list-style-type: none"> • Con Cajera • Con el Jefe de Recursos Humanos 		
REQUERIMIENTOS MÍNIMOS HABILIDAD A.- EDUCACIÓN: Título Profesional de Contabilidad y Auditoría. B.- EXPERIENCIA : De 2 a 3 años en actividades relacionadas a la contabilidad C.- INICIATIVA: Requiere ciertas interpretaciones de las órdenes recibidas.		
ESFUERZO D.- FÍSICO: Esfuerzo mínimo para realizar las labores en su puesto de trabajo. E.- MENTAL Y/O VISUAL: Atención intensa en forma regular.		
RESPONSABILIDAD F.- POR EQUIPO Y MAQUINARIA: La probabilidad es mínima que se dañe el equipo. G.- POR MATERIALES, PRODUCTOS Y/O DINERO: Su función requiere responsabilidad económica por el manejo de más de 1.000,00 dólares. H.- POR TRABAJO DE OTROS: Dirige y controla el trabajo de hasta 2 personas.		
CONDICIONES DE TRABAJO I.- CONDICIONES: El trabajo se realiza en condiciones normales, en el interior, limpio, ordenado, ventilación buena. J.- RIESGOS: La probabilidad de que ocurran accidentes dentro de su trabajo es muy eventual.		

NOMBRE DEL PUESTO : OBREROS	CÓDIGO: R-006	SUELDO: \$ 354,00
NIVEL JERÁRQUICO : OPERATIVO	DEPENDIENTE DE : GERENTE	
ROL DEL PUESTO Realiza las actividades de preparación de materia prima.		
FUNCIONES DEL PUESTO. <ul style="list-style-type: none"> • Movilizar equipos y materiales para su utilización. • Encargarse del aseo del local. • Cumplir las políticas, normas, procedimientos y programas de trabajo establecidos por la empresa, • Las demás que le asigne el o los superiores jerárquicos. 		
INTERFAZ <ul style="list-style-type: none"> • jefe de ventas. • Secretaria 		
REQUERIMIENTOS MÍNIMOS HABILIDAD A.- EDUCACIÓN: Título de Bachiller más curso de capacitación sobre elaboración del producto. B.- EXPERIENCIA: De 1 a 2 años en labores de producción. C.- INICIATIVA: Requiere solamente habilidad para ejecutar exactamente las órdenes recibidas de carácter rutinario.		
ESFUERZO D.- FÍSICO: Esfuerzo mínimo para realizar las labores en su puesto de trabajo. E.- MENTAL Y/O VISUAL: Atención intensa en forma regular.		
RESPONSABILIDAD F.- POR EQUIPO Y MAQUINARIA: Puede causar daños en la máquina y equipo por descuido en la ejecución del trabajo. G.- POR MATERIALES, PRODUCTOS Y/O DINERO: Su función requiere responsabilidad económica por el manejo de más de USD. 100.00 dólares. H.- POR TRABAJO DE OTROS: Responde por su trabajo.		
CONDICIONES DE TRABAJO I.- CONDICIONES : El trabajo se realiza en condiciones normales, en el interior, limpio ordenado, Ventilación buena. J.- RIESGOS: La probabilidad de que ocurran accidentes dentro de su trabajo es muy eventual.		

NOMBRE DEL PUESTO: Distribuidor	CÓDIGO: R-002	SUELDO: \$ 354,00
NIVEL JERÁRQUICO : OPERATIVO	DEPENDIENTE DE: DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA	
ROL DEL PUESTO Supervisar y coordinar las diferentes actividades de todos los Asesores Comerciales		
FUNCIONES DEL PUESTO. <ul style="list-style-type: none"> • Distribución de los productos • Entrega de los productos, puntualmente, de acuerdo a los pedidos que se tenga • Verificación de la cantidad de productos que se entrega a los clientes y del monto recaudado. • Y de más funciones que se le asignen • Presentar informes de ventas a su inmediato superior. • Capacitarse y actualizarse periódicamente en el área de ventas. • Asesorar a los directivos de la empresa en asuntos concernientes a ventas. • Cumplir las políticas, normas, procedimientos y programas de trabajo establecidos por la empresa, • Las demás que le asigne el o los superiores jerárquicos. 		
INTERFAZ <ul style="list-style-type: none"> • Gerente de la empresa • Con clientes y público en general 		
REQUERIMIENTOS MÍNIMOS HABILIDAD A.- EDUCACIÓN: Bachiller B.- EXPERIENCIA: Experiencia mínima de 1 años en funciones similares. C.- INICIATIVA: Requiere interpretar órdenes recibidas e iniciativa para resolver problemas medianamente difíciles.		
ESFUERZO D.- FÍSICO: Esfuerzo mínimo para realizar las labores en su puesto de trabajo. E.- MENTAL Y/O VISUAL: Atención fija y sostenida en parte de la jornada.		
RESPONSABILIDAD F.- POR EQUIPO Y MAQUINARIA: La probabilidad es mínima que se dañe el equipo. G.- POR MATERIALES, PRODUCTOS Y/O DINERO: Su función requiere responsabilidad económica por manejo de efectivo de más de USD. 1.000,00 dólares. H.- POR TRABAJO DE OTROS: Ninguna		
CONDICIONES DE TRABAJO I.- CONDICIONES: El trabajo se realiza en condiciones normales, en el interior, limpio, ordenado, ventilación buena. J.- RIESGOS: Trabajos que a veces ocasionan aversiones verbales o físicas.		

3. ESTUDIO FINANCIERO

3.1. INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

Dentro del análisis financiero de la empresa, la determinación de las inversiones y el financiamiento son partes fundamentales, ya que a través de la estructuración se puede determinar el monto a invertir en el proyecto y las instituciones que financiarán el mismo para llevar a cabo su actividad productiva.

3.1.1. INVERSIONES

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

a. ACTIVOS FIJOS (Inversión Fija)

Es la asignación de recursos reales y financieros para obras físicas o servicios básicos del proyecto, cuyo monto por su naturaleza no tiene necesidad de ser trazado en forma continua durante el horizonte de planeamiento, solo en el momento de su adquisición. Son aquellos bienes que son tangibles, es decir se los puede ver, tocar; por el uso que se les da están sujetos a depreciación.

🌀 Maquinaria y equipo

Para la producción del producto se utilizarán 1maquina peladora y lavadora de papas, 1cocina industrial para cocinar la papa china, 1 congelador industrial para conservar fresco los productos, 1 molino eléctrico para triturar la materia prima, 2 cilindros, 2 ollas a presione industrial, 1 balanza, 1 selladora de bandejas, etiquetadora, 2 cuchillos, 2 tinas grandes, 2 rodillos, 2 cucharones, 2 fuentes; todo este presupuesto se adquirirá en el mercado nacional.

CUADRO # 68

Presupuesto de maquinaria			
Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Maquina lavadora y pelador	1	800,00	800,00
Cocina industrial	1	250,00	250,00
Congelador industrial	1	1.800,00	1.800,00
Molino Eléctrico	1	400,00	400,00
Batidora Industrial	1	1.300,00	1.300,00
TOTAL:			4.550,00

Fuente: Mercadolibre.com.ec

Elaboración: Lus Paqui

CUADRO # 69

Tabla de depreciación de Maquinaria			
Año	Dep. Anual	Dep. Acum	Valor Actual
0			4.550,00
1	455,00	455,00	4.095,00
2	455,00	910,00	3.640,00
3	455,00	1.365,00	3.185,00
4	455,00	1.820,00	2.730,00
5	455,00	2.275,00	2.275,00
6	455,00	2.730,00	1.820,00
7	455,00	3.185,00	1.365,00
8	455,00	3.640,00	910,00
9	455,00	4.095,00	455,00
10	455,00	4.550,00	0,00

Fuente: Presupuesto de maquinaria

Elaboración: Lus Paqui

 **Herramientas**

Para la producción del producto se utilizarán diversas herramientas, tales como: Moldeadores, Ollas a presión industrial, Balanza, Selladora de bandejas, Etiquetadora tamaño 400X400, Cuchillos, Tinas, Rodillos, Cucharones, Fuentes, Gavetas de Plástico; todo este presupuesto se adquirirá en el mercado nacional.

CUADRO # 70

Presupuesto de Herramientas			
Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Moldeadores	4	15,00	60,00
Ollas a presión industrial	2	200,00	400,00
Balanza	1	25,00	25,00
Selladora de bandejas	1	150,00	150,00
Etiquetadora tamaño 400X400	1	25,00	25,00
Cuchillos	2	3,00	6,00
Tinas	2	6,00	12,00
Rodillos	2	2,50	5,00
Cucharones	2	1,50	3,00
Fuentes	2	3,00	6,00
Gavetas de Plástico	20	15,00	300,00
TOTAL:			992,00

Fuente: Distribuidoras Locales

Elaboración: Lus Paqui

CUADRO # 71

Tabla de depreciación de Herramientas			
Año	Dep. Anual	Dep. Acum	Valor Actual
0			992,00
1	99,20	99,20	892,80
2	99,20	198,40	793,60
3	99,20	297,60	694,40
4	99,20	396,80	595,20
5	99,20	496,00	496,00
6	99,20	99,20	396,80
7	99,20	198,40	297,60
8	99,20	297,60	198,40
9	99,20	396,80	99,20
10	99,20	496,00	0,00

Fuente: Presupuesto de Herramientas

Elaboración: Lus Paqui

Instalaciones

Son aquellas que se establecerán con la finalidad de dar operación a los activos fijos antes mencionados. Así como para adecuar la estructura a la organización de la empresa.

CUADRO # 72

Presupuesto de instalaciones y adecuación			
Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Instalación eléctrica	6	10	60,00
Adecuación del local	1	350,00	350,00
TOTAL:			410,00

Fuente: Albañil- Electricista

Elaboración: Lus Paqui

CUADRO # 73

Tabla de depreciación de la instalación			
Año	Dep. Anual	Dep. Acum	Valor Actual
0			410,00
1	41,00	41,00	369,00
2	41,00	82,00	328,00
3	41,00	123,00	287,00
4	41,00	164,00	246,00
5	41,00	205,00	205,00
6	41,00	246,00	164,00
7	41,00	287,00	123,00
8	41,00	328,00	82,00
9	41,00	369,00	41,00
10	41,00	410,00	0,00

Fuente: Presupuesto de Instalaciones

Elaboración: Lus Paqui

@ Equipo de Oficina

Son los bienes que serán utilizados por el personal administrativo para todas las actividades dentro de la empresa.

CUADRO # 74

Presupuesto de equipo de oficina			
Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Teléfonos de escritorio	1	65	65,00
Impresora	1	95	95,00
Calculadora	1	15	15,00
TOTAL:			175,00

Fuente: Almacén, La Ganga CNT

Elaboración: Lus Paqui

CUADRO # 75

Tabla de depreciación de Equipo de oficina			
Año	Dep. Anual	Dep. Acum	Valor Actual
0			175,00
1	17,50	17,50	157,50
2	17,50	35,00	140,00
3	17,50	52,50	122,50
4	17,50	70,00	105,00
5	17,50	87,50	87,50
6	17,50	105,00	70,00
7	17,50	122,50	52,50
8	17,50	140,00	35,00
9	17,50	157,50	17,50
10	17,50	175,00	0,00

Fuente: Presupuesto de oficina

Elaboración: Lus Paqui

 **Equipo de Computación**

Serán utilizados por el personal administrativo gerente, y secretaria, para la realización de todas las actividades que conllevan a la utilización del equipo de cómputo. Dentro de este presupuesto está la adquisición de 2 computadoras Inten i3.

CUADRO # 76

Presupuesto de equipo de computación			
Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computadores Core I3	2	520	1.040,00
TOTAL:			1.040,00

Fuente: Microtech - Loja

Elaboración: Lus Paqui

CUADRO # 77

Tabla de depreciación de Equipos de computación			
Año	Dep. Anual	Dep. Acum	Valor Actual
0			1.040,00
1	346,67	346,67	693,33
2	346,67	693,33	346,67
3	346,67	1.040,00	0,00

Fuente: Presupuesto de computo

Elaboración: Lus Paqui

Reposición de equipo de computación

La reposición se la realizo debido a que la vida útil del equipo de computación es de 3 años y la duración del proyecto es de 5 por lo cual se procedió a la adquisición de otro equipo teniendo como tasa de inflación de 3,67%.
Reposición de equipos de computación a finales del tercer año.

$$\text{REP} = \text{VA} + (\text{VA} * i)$$

$$\text{REP} = 1.040,00 + (1.040,00 * 3,67\%)$$

$$\text{REP} = 1.078,17$$

CUADRO # 78

Tabla de depreciación de Equipos de Computación			
Año	Dep. Anual	Dep. Acum	Valor Actual
			1.078,17
4	359,39	359,39	718,78
5	359,39	718,78	359,39
6	359,39	1.078,17	0,00

Fuente: Presupuesto de equipo de computo

Elaboración: Lus Paqui

📍 Muebles y Enseres

Constituyen aquellos bienes que la empresa requiere para la prestación del servicio, de forma especial en la parte administrativa, entre ellos están un escritorio gerencial, escritorio de madera, silla giratoria, sillas de maderas, perchas metálicas, archivadores.

CUADRO # 79
Muebles y Enseres

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Escritorio gerencial	1	280,00	280,00
Escritorio de madera	2	180,00	360,00
Silla giratoria	3	85,00	255,00
Sillas de madera	3	25,00	75,00
Perchas metálicas	2	80,00	160,00
Archivador de madera	3	120,00	360,00
TOTAL:			1.490,00

Fuente: Crediloja

Elaboración: Lus Paqui

CUADRO # 80

Tabla de depreciación de Muebles y Enseres			
Año	Dep. Anual	Dep. Acum	Valor Actual
0			1.490,00
1	149,00	149,00	1.341,00
2	149,00	298,00	1.192,00
3	149,00	447,00	1.043,00
4	149,00	596,00	894,00
5	149,00	745,00	745,00
6	149,00	894,00	596,00
7	149,00	1.043,00	447,00
8	149,00	1.192,00	298,00
9	149,00	1.341,00	149,00
10	149,00	1.490,00	0,00

Fuente: Presupuesto de muebles y enseres

Elaboración: Lus Paqui

 **Vehículo**

Para la distribución del producto a los diferentes sectores del mercado, se adquiere una tricimoto, con las especificaciones acordes a la necesidad de la empresa.

CUADRO # 81

presupuesto de vehículo			
Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Tricimoto Marca Ranger	1	2.600,00	2.600,00
TOTAL:			2.600,00

Fuente: Crediloja

Elaboración: Lus Paqui

CUADRO # 82

Tabla de depreciación de Vehículo			
Año	Dep. Anual	Dep. Acum	Valor Actual
0			2.600,00
1	520,00	520,00	2.080,00
2	520,00	1.040,00	1.560,00
3	520,00	1.560,00	1.040,00
4	520,00	2.080,00	520,00
5	520,00	2.600,00	0,00

Fuente: Presupuesto de Vehículo

Elaboración: Lus Paqui

CUADRO # 83
RESUMEN DE LA INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS

Descripción	Valor total
Maquinaria	4.550,00
Herramientas	992,00
Mueble para producción	410,00
Equipo de Oficina	175,00
Equipo de Computación	1.040,00
Muebles y Enseres	1.490,00
Vehículo (Tricimoto)	2.600,00
TOTAL	11.257,00

Fuente: Presupuestos de activos fijos

Elaboración: Lus Paqui

b. ACTIVOS DIFERIDOS (Inversión Diferida)

Son aquellos bienes que no se los pueden ver, ni tocar, denominados intangibles, constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para el normal funcionamiento de la empresa. Usualmente está conformada por trabajos de investigación y estudios, gastos de organización y supervisión, gastos de puesta en marcha de la planta, gastos de administración, gastos de asistencia técnica y capacitación de personal, imprevistos, gastos en patentes y licencias, etc.

CUADRO # 84

Presupuesto de activos diferidos		
Detalle	Cantidad	Valor total
Patentes	1	200,00
Estudios preliminares	1	800,00
Permisos de funcionamiento	1	200,00
Conformación de la Compañía	1	400,00
Tanque de gas industrial	2	240,00
Línea Telefónica	1	65,00
TOTAL:		1.905,00

Fuente: Presupuestos de activos diferidos

Elaboración: Lus Paqui

CUADRO # 85

Amortización de Activos Diferidos			
Detalle	Años	Valor total	Amortización
Patentes	5	200,00	40,00
Estudios preliminares	5	800,00	160,00
Permisos de funcionamiento	5	200,00	40,00
Conformación de la Compañía	5	400,00	80,00
Tanque de gas industrial	5	240,00	48,00
Línea Telefónica	5	65,00	13,00
TOTAL:		1.905,00	381,00

Fuente: Presupuesto de activos diferidos

Elaboración: Lus Paqui

c. ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

Son aquellos recursos que requiere el proyecto para atender las operaciones de producción y comercialización de bienes o servicios y, contempla el monto de dinero que se precisa para dar inicio al ciclo productivo del proyecto en su fase de funcionamiento.

◆ **Materia prima directa**

Es aquella que interviene directamente en la elaboración del producto, teniendo contacto con los que adquieren el producto. Para la elaboración de las empanadas de papa china se requiere: papa china, huevos, mantequilla, queso, cebolla y sal.

CUADRO # 86

Presupuesto de materia prima directa					
Detalle	Cantidad requerida		Costos		
	Mensual	Anual	Unitario	Mensual	Anual
Papa China	4.160	49.920	0,50	2.080,00	24.960,00
Huevo	2.080	24.960	0,10	208,00	2.496,00
Mantequilla	104	1.248	1,50	156,00	1.872,00
Queso	1.040	12.480	2,00	2.080,00	24.960,00
Cebolla	260	3.120	0,50	130,00	1.560,00
Sal	52	624	0,35	18,20	218,40
TOTAL:				4.672,20	56.066,40

Fuente: Proveedores

Elaboración: Lus Paqui

◆ Materia prima indirecta

Son los componentes que no van dentro del producto elaborado, pero que es necesario para su distribución, como son: charoles desechables, funda plástica y la etiqueta.

CUADRO # 87

Presupuesto de materia prima indirecta					
Detalle	Cantidad requerida		Costos		
	Mensual	Anual	Unitario	Mensual	Anual
Charoles Términos	5.547	66.560	0,0500	277,33	3.328,00
Plástico Transparente de 300 metros	14	166	6,5000	90,13	1.081,60
Etiquetas	16.640	199.680	0,0500	832,00	9.984,00
TOTAL:				1.199,47	14.393,60

Fuente: Proveedores

Elaboración: Lus Paqui

◆ Mano de obra directa

Es aquella que interviene directamente en la elaboración del producto, teniendo contacto con los que adquieren el producto. Para la empresa estará constituida por 2 obreros quienes elaboraran el producto, laborando de lunes a viernes.

CUADRO # 88
PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

Rol de pagos provisiones mano de obra directa							
Cargo	Sueldos	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Aporte patronal	Total	Total
						Mensual	Anual
Operario	354,00	29,50	29,50	14,75	43,01	470,76	5649,13
Envasador	354,00	29,50	29,50	14,75	43,01	470,76	5649,13
TOTALES						941,52	11298,26

Elaboración: Lus Paqui

◆ **Consumo de Energía eléctrica, gas y el agua potable**

Para la producción de las empanadas de papa china, es necesario el uso de algunas maquinarias que funciona a energía eléctrica y a gas las cuales hacen un uso directo solo para el departamento de producción. El agua potable se utiliza para el lavado de la materia prima, así como también de las maquinarias y equipos que están dentro de la planta productora.

CUADRO # 89
PRESUPUESTO DE ENERGÍA ELÉCTRICO Y GAS

Detalle	Cantidad		Costos			
	Mensual	Anual	Unitario	Base imp.	Mensual	Anual
Consumo E. Eléctrica (Kw)	1.200	14.400	0,09	0	108,00	1296,00
Gas	2	24	13,5		27,00	324,00
TOTAL					135,00	1.620,00

Fuente: ERSSA., Distribuidora de Gas

Elaboración: Lus Paqui

CUADRO # 90
PRESUPUESTO DE AGUA POTABLE PARA LA PRODUCCIÓN

Detalle	Cantidad		Costos			
	Mensual	Anual	Unitario	Base imp.	Mensual	Anual
Consumo de Agua (m3)	20,00	240,00	0,54	0,00	10,80	129,60

Fuente: Municipio de Loja

Elaboración: Lus Paqui

◆ Suministros de trabajo

Constituyen aquellos implementos que se requiere para cuidar al personal y ayudarlos en la ejecución de sus labores.

CUADRO # 91

Detalle	Cantidad		Costos		
	Mensual	Anual	Unitario	Mensual	Anual
Mandiles de tela	3	9	28,00	84,00	252,00
Gorras de Malla	3	6	3,00	9,00	18,00
Guantes	3	6	0,50	1,50	3,00
Mascarilla	6	72	1,00	6,00	72,00
TOTAL:				100,50	345,00

Fuente: Almacenes de la ciudad.

Elaboración: Lus Paqui

**CUADRO # 92
RESUMEN GASTOS DE PRODUCCIÓN**

DESCRIPCION	V. MENSUAL	V. ANUAL
Materia Prima Directa	4.672,20	24.960,00
Materia Prima Indirecta	1.199,47	14.393,60
Mano de Obra Directa	941,52	11.298,26
Energía Eléctrica	135,00	1.620,00
Presupuesto de Indumentaria del Personal	100,50	345,00
Depreciación de Maquinaria		455,00
Depreciación de Herramientas		99,20
Depreciación de Adecuación		41,00
TOTAL	7.048,69	53.212,06

Fuente: Presupuestos de activos diferidos

Elaboración: Lus Paqui

Gastos Administrativos

◆ Arriendos

Es el pago que se realizaran por la ocupación del local que servirá para la elaboración del producto.

CUADRO # 93

Detalle	Cantidad		Costos		
	Mensual	Anual	Unitario	Mensual	Anual
Arriendo del Local	1	12	300,00	300,00	3.600,00
TOTAL	1	12	300,00	300,00	3.600,00

Fuente: Locales de la ciudad

Elaboración: Lus Paqui

◆ Suministros de oficina

Son accesorios que permiten un mejor funcionamiento en las actividades del área administrativa y parte del área de producción entre estos tenemos: Hojas de papel bond, carpetas, clips, esferos, etc.

CUADRO # 94

Detalle	Cantidad		Costos		
	Mensual	Anual	Unitario	Mensual	Anual
Tintas de Impresora	2	4	16,50	33,00	66,00
Sellos	4	4	10,00	40,00	40,00
Carpetas (Unidad)	8	16	0,25	2,00	4,00
Hojas de papel A4 (Resma x500)	5	15	5,00	25,00	75,00
Lapiceros (Caja x 20)	1	2	6,50	6,50	13,00
Lápices (Caja x12)	1	2	2,00	2,00	4,00
Borrador (Caja x 12)	1	1	2,40	2,40	2,40
Reglas (Unidad)	6	6	0,35	2,10	2,10
Grapadoras (Unidad)	4	4	5,00	20,00	20,00
Perforadoras	4	4	4,00	16,00	16,00
Grapas (Caja x100)	4	8	1,50	6,00	12,00
Clip (Caja x100)	4	8	1,50	6,00	12,00
Correctores (Unidad)	4	16	0,60	2,40	9,60
Cuadernos Académicos	4	8	2,00	8,00	16,00
Sacapuntas (Unidad)	4	4	3,50	14,00	14,00
Tableros (Unidad)	6	6	3,00	18,00	18,00
Marcadores (Unidad)	3	6	0,75	2,25	4,50
Talonarios de facturas	2	8	9,00	18,00	72,00
Archivadores (Unidades)	8	16	2,50	20,00	40,00
TOTAL:				170,65	334,60

Fuente: La Reforma

Elaboración: Lus Paqui

◆ Útiles de Aseo

Los útiles de aseo se utilizan para limpiar todos los componentes de la empresa, así como también para el aseo personal del personal que se encuentra laborando en la misma.

CUADRO # 95

Detalle	Cantidad		Costos		
	Mensual	Anual	Unitario	Mensual	Anual
Jabón de tocador	2	24	0,45	0,90	10,80
Papel Higiénico Scott 12u.	1	6	5,00	5,00	30,00
Ambiental Glade	1	12	2,50	2,50	30,00
Toallas de Mano	2	4	1,00	2,00	4,00
Desinfectante 4lts.	1	3	8,00	8,00	24,00
Ajax 4lt.	1	6	5,00	5,00	30,00
Cestas de Basura	5	5	2,00	10,00	10,00
Recogedores	2	2	3,00	6,00	6,00
Franelas	4	8	0,75	3,00	6,00
Escobas	2	4	1,50	3,00	6,00
Trapeadores	2	4	2,50	5,00	10,00
TOTAL:				50,40	166,80

Fuente: TIA. SA

Elaboración: Lus Paqui

◆ Servicios básicos

Está conformado por los gastos tanto en agua, luz eléctrica, internet y teléfono que se requiere para las actividades administrativas de la empresa.

CUADRO # 96

Presupuesto de agua potable						
Detalle	Cantidad		Unitario	Base imp.	Costos	
	Mensual	Anual			Mensual	Anual
Consumo de Agua (m3)	5,00	60,00	0,54	17,00	19,70	236,40
Presupuesto de energía eléctrica						
Detalle	Cantidad		Unitario	Base imp.	Costos	
	Mensual	Anual			Mensual	Anual
Consumo E. Eléctrica (Kw)	150	1800	0,09	22,00	35,50	426,00
Presupuesto de consumo telefónico e internet						
Detalle	Cantidad		Unitario	Base imp.	Costos	
	Mensual	Anual			Mensual	Anual
Internet	1,00	12,00	22,00	0,00	22,00	264,00
Consumo de Teléfono (Minuto)	200,00	2.400,00	0,02	12,00	16,00	192,00
					38,00	456,00

Fuente: EERSA, Consejo Nacional de Telecomunicaciones, y, Municipio de Loja (UMAPAL)

Elaboración: Lus Paqui

◆ Sueldos Administrativos

Son pagos que se realizarán al personal del área administrativa, por las funciones que cumplirá dentro de la empresa.

CUADRO # 97

Cargo	Sueldos	13^{er} sueldo	14^{to} sueldo	Vacaciones	Aporte patronal	Total	Total
						Mensual	Anual
Gerente	700,00	58,33	29,50	29,17	85,05	902,05	10.824,60
Secre. Contad	450,00	37,50	29,50	18,75	54,68	590,43	7.085,10
TOTALES						1.492,48	17.909,70

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaboración: Lus Paqui

**CUADRO # 98
RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS**

Descripción	Costo mensual	Costo anual
Sueldos y Salarios	1.492,48	17.909,70
Arriendo del Local	300,00	3.600,00
Energía Eléctrica	35,50	426,00
Servicio Telefónico e Internet	38,00	456,00
Agua Potable	19,70	236,40
Útiles de Oficina	170,65	334,60
Útiles de Aseo	50,40	166,80
Equipo de Seguridad	50,00	50,00
Amortización de Act. Diferidos		381,00
Depreciación de Muebles y Enseres		134,10
Depreciación de Equipo de Computación		232,27
Depreciación de Equipo de Oficina		15,75
TOTAL	2.156,73	23.942,62

Fuente: Presupuestos de activos diferidos

Elaboración: Lus Paqui

Gastos de ventas

◆ **Publicidad**

La publicidad que se utilizará para dar a conocer producto en el mercado será por medio de la radio la misma que genera costos de acuerdo a la duración y número de trasmisiones de la propaganda publicitaria al día.

CUADRO # 99

Presupuesto de cuñas publicitarias				
Detalle	Número de cuñas	Costos		
		Unitario	Mensual	Anual
Cuña Publicitaria Radiales	1	85,00	85,00	1.020,00

Fuente: Radio Matovelle e imprenta de la ciudad de Loja

Elaboración: Lus Paqui

◆ **Combustible y mantenimiento**

Al tener un vehículo para la distribución de los productos, se requiere del combustible y del mantenimiento del vehículo. En este caso se adquirió una

Tricimoto, ya que no se necesita un vehículo grande para la distribución, y de esta manera aprovechar el costo mínimo que tiene.

CUADRO # 100

Presupuesto de combustible					
Detalle	Cantidad		Costos		
	Mensual	Anual	Unitario	Mensual	Anual
Gasolina Extra	60	720	1,94	116,40	1.396,80
TOTAL:				116,40	1.396,80
Presupuesto de mantenimiento y lubricante					
Detalle	Cantidad		Costos		
	Mensual	Anual	Unitario	Mensual	Anual
Cambio de aceite	1	2	25,00	25,00	50,00
Mantenimiento	1	2	80,00	80,00	160,00
TOTAL:				105,00	210,00

Fuente: Taller mecánico, Gasolinera

Elaboración: Lus Paqui

◆ Sueldos del distribuidor

Son pagos que se al distribuidor del producto en los puntos de venta.

CUADRO # 101

ROL DE PAGOS PROVISIONES

Cargo	Sueldos	13 ^{er} sueldo	14 ^{to} sueldo	Vacaciones	Aporte patronal	Total	Total
						Mensual	Anual
Distribuidor	354,00	29,50	29,50	14,75	43,01	470,76	5.649,13
TOTALES						470,76	5.649,13

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaboración: Lus Paqui

CUADRO # 102

RESUMEN GASTOS DE VENTA

Descripción	Costo mensual	Costo anual
Sueldos y Salarios	470,76	5.649,13
Publicidad	85,00	1.020,00
Combustibles	116,40	1.396,80
Mantenimiento del vehículo	105,00	210,00
Depreciación de Vehículo		416,00
TOTAL	777,16	8.691,93

Fuente: Presupuestos de activos diferidos

Elaboración: Lus Paqui

RESUMEN TOTAL DE LA INVERSIÓN

El resumen de la inversión se resume en el siguiente cuadro

CUADRO # 103

RESUMEN DE LA INVERSIÓN	
DESCRIPCIÓN	VALOR PARCIAL
ACTIVOS FIJOS	
Maquinaria	4.550,00
Herramientas	992,00
Mueble para producción	410,00
Equipo de Oficina	175,00
Equipo de Computación	1.040,00
Muebles y Enceres	1.490,00
Vehículo	2.600,00
TOTAL	11.257,00
ACTIVOS DIFERIDOS	
Patentes	200,00
Estudios preliminares	800,00
Permisos de funcionamiento	200,00
Conformación de la Compañía	400,00
Línea Telefónica	65,00
TOTAL	1.665,00
CAPITAL DE TRABAJO (mes)	
Materia Prima Directa	4.672,20
Materia Prima Indirecta	1.199,47
Mano de Obra Directa	941,52
Energía Eléctrica	135,00
Indumentaria del Personal	100,50
Gastos Administrativos	2.156,73
Gastos de Ventas	777,16
TOTAL	9.982,57
TOTAL DE LA INVERSIÓN	22.904,57

Fuente: Resumen presupuesto de activos fijos, diferidos, capital de trabajo, gastos administrativos y ventas

Elaboración: Lus Paqui

3.1.2. FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

El monto total de la inversión a considerar será igual a la sumatoria de la inversión fija, diferida y la de capital de trabajo.

CUADRO # 104

financiamiento de la inversión		
Denominación	Valor	Porcentaje
Capital Social	\$ 12.904,57	56,34%
Capital Externo	\$ 10.000,00	43,66%
TOTAL:	\$ 22.904,57	100%

Elaboración: Lus Paqui

Fuentes internas

Las fuentes internas serán fuentes de financiamiento de los tres socios de la empresa que cubrirán el 53,35% de la inversión.

Fuentes externas

Las fuentes externas provendrán de una Institución Bancaria que para este caso será del Banco Nacional de Fomento, por tener una tasa de interés baja con relación a las demás Instituciones Financieras. El porcentaje de financiamiento bancario será del 46,65% con tasa de interés del 12% anual con pagos semestrales a 5 años plazo.

Amortización del Crédito

La Amortización del Crédito se lo realizara con una tabla de cuota variable. Como los dividendos serán semestrales y para 5 años, entonces tendrá 10 cuotas en todo el periodo de cobro.

CUADRO # 105

AMORTIZACIÓN CUOTA VARIABLE					
Periodo	Saldo anterior	Interés	Amortización	Dividendos	Saldo final
					10.000,00
1	10.000,00	600,00	1.000,00	1.600,00	9.000,00
2	9.000,00	540,00	1.000,00	1.540,00	8.000,00
3	8.000,00	480,00	1.000,00	1.480,00	7.000,00
4	7.000,00	420,00	1.000,00	1.420,00	6.000,00
5	6.000,00	360,00	1.000,00	1.360,00	5.000,00
6	5.000,00	300,00	1.000,00	1.300,00	4.000,00
7	4.000,00	240,00	1.000,00	1.240,00	3.000,00
8	3.000,00	180,00	1.000,00	1.180,00	2.000,00
9	2.000,00	120,00	1.000,00	1.120,00	1.000,00
10	1.000,00	60,00	1.000,00	1.060,00	0,00

Fuente: Banco Nacional de Fomento

Elaboración: Lus Paqui

3.2. ANÁLISIS DE COSTOS

Para este análisis nos valemos de la contabilidad de costos, la misma que es una parte especializada de la contabilidad y constituye un subsistema que hace el manejo de los costos de producción a efectos de determinar el costo real de producción o generar un bien o un servicio, para con estos datos fijar el precio con el cual se introducirá al mercado el nuevo producto.

3.2.1. COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN

Costo de producción o fabricación

CUADRO # 106

COSTOS DE PRODUCCIÓN	
Costo Primo	
Materia Prima Directa	56.066,40
Mano de Obra Directa	11.298,26
Total Costo Primos	67.364,66
Costos generales de Fabricación	
Materia Prima Indirecta	14.393,60
Energía Eléctrica	1.620,00
Indumentaria de personal	345,00
Dep. de Maquinaria	455,00
Dep. de Herramientas	99,20
Dep. Mueble para producción	41,00
Total de costo de Fabricación	84.318,46

Fuente: Resumen de costos

Elaboración: Lus Paqui

Costo de operación

Gastos de operación	
Gastos de Administración	
Sueldos y Salarios	17.909,70
Arriendo del Local	3.600,00
Energía Eléctrica	426,00
Servicio Telefónico e internet	456,00
Agua Potable	236,40
Útiles de Oficina	334,60
Útiles de Aseo	166,80
Equipo de Seguridad	50,00
Amortización de Activos diferidos	381,00
Dep. de Muebles y Enseres	149,00
Dep. de Equipo de Computación	346,67
Dep. de Equipo de Oficina	17,50
Total de Gastos de Administración	24.073,67
Gastos de Venta	
Sueldos y Salarios	5.649,13
Publicidad	1.020,00
Combustibles	1.396,80
Mantenimiento del vehículo	210,00
Dep. de Vehículo	520,00
Total de Gasto de Venta	8.795,93
Gastos financieros	
Interés por Préstamo	1.140,00
Total de gastos Financieros	1.140,00
Total Costos de operación	34.009,60

Fuente: Resumen de costos

Elaboración: Lus Paqui

COSTO DE OPERACIÓN

El costo primo es la suma de los costos de producción y los costos de operación los costos de producción son aquellos en los que se incurrirá para poner en marcha el proyecto, los costos de operación que son aquellos que se incurrirá pero que no forman parte directa con la actividad productiva.

COSTOS PRIMOS

Son los materiales directos, la mano de obra directa y los costos directamente relacionados con la producción.

GASTOS DE PRODUCCIÓN

Son los gastos relacionados aquellas inversiones que forman parte de la producción.

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Representan los gastos que serán realizados por este departamento.

GASTOS DE VENTAS

Son gastos relacionados con la función de ventas y la promoción de los productos.

GASTOS FINANCIEROS

Son gastos incurridos por la empresa en la obtención de recursos económicos representados por los intereses y amortización del préstamo.

3.2.2. PRESUPUESTO PROFORMADO

Gráfico # 107

PRESUPUESTOS PROFORMADOS O PROYECTADOS					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo Primo					
Materia Prima Directa	56.066,40	58.124,04	60.257,19	62.468,63	64.761,23
Mano de Obra Directa	11.298,26	11.762,62	12.246,07	12.749,38	13.273,38
Total Costo Primos	67.364,66	69.886,66	72.503,26	75.218,01	78.034,61
Costos generales de Fabricación					
Materia Prima Indirecta	14.393,60	14.921,85	15.469,48	16.037,21	16.625,77
Energía Eléctrica	1.620,00	1.679,45	1.741,09	1.804,99	1.871,23
Indumentaria de personal	345,00	357,66	370,79	384,40	398,50
Dep. de Maquinaria	455,00	455,00	455,00	455,00	455,00
Dep. de Herramientas	99,20	99,20	99,20	99,20	99,20
Dep. Mueble para producción	41,00	41,00	41,00	41,00	41,00
Total de costo de Fabricación	84.318,46	87.440,82	90.679,81	94.039,80	97.525,31
Gastos de operación					
Gastos de Administración					
Sueldos y Salarios	17.909,70	18.645,79	19.412,13	20.209,97	21.040,60
Arriendo del Local	3.600,00	3.732,12	3.869,09	4.011,08	4.158,29
Energía Eléctrica	426,00	441,63	457,84	474,64	492,06
Servicio Telefónico e internet	456,00	472,74	490,08	508,07	526,72
Agua Potable	236,40	245,08	254,07	263,39	273,06
Útiles de Oficina	334,60	346,88	359,61	372,81	386,49
Útiles de Aseo	166,80	172,92	179,27	185,85	192,67
Equipo de Seguridad	50,00	51,84	53,74	55,71	57,75
Amortización de Activos diferidos	381,00	381,00	381,00	381,00	381,00
Dep. de Muebles y Enseres	149,00	149,00	149,00	149,00	149,00
Dep. de Equipo de Computación	346,67	346,67	346,67	359,39	359,39
Dep. de Equipo de Oficina	17,50	17,50	17,50	17,50	17,50
Total de Gastos de Administración	24.073,67	25.003,16	25.970,00	26.988,42	28.034,53
Gastos de Venta					
Sueldos y Salarios	5.649,13	5.881,31	6.123,03	6.374,69	6.636,69
Publicidad	1.020,00	1.057,43	1.096,24	1.136,47	1.178,18
Combustibles	1.396,80	1.448,06	1.501,21	1.556,30	1.613,42
Mantenimiento del vehículo	210,00	217,71	225,70	233,98	242,57
Dep. de Vehículo	520,00	520,00	520,00	520,00	520,00
Total de Gasto de Venta	8.795,93	9.124,51	9.466,18	9.821,44	10.190,86
Gastos financieros					
Interés por Préstamo	1.140,00	900,00	660,00	420,00	180,00
Total de gastos Financieros	1.140,00	900,00	660,00	420,00	180,00
Total Costos de operación	34.009,60	35.027,67	36.096,18	37.229,86	38.405,39
Costo total de producción	118.328,06	122.468,49	126.775,99	131.269,66	135.930,70

Elaboración: Lus Paqui

3.2.3. COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN

Se conoce como costo unitario, el valor de un artículo o servicio en particular. Para el presente proyecto este cálculo se tomó en cuenta el Costo total de producción y el número de unidades a producir determinados en los planes de producción para cada año, a continuación se detalla al procedimiento.

**CUADRO # 108
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN**

Años	Costos totales	# de Unidades Producidas	Costo unitario
1	118.328,06	199.680	0,59
2	122.468,49	199.680	0,61
3	126.775,99	199.680	0,63
4	131.269,66	199.680	0,66
5	135.930,70	199.680	0,68

Fuente: Presupuestos proyectados

Elaboración: Lus Paqui

$$CUP = \frac{CTP}{\# \text{ Unidades}}$$

$$CUP = \frac{118.328,06}{199680}$$

$$CUP = 0,59$$

3.2.4. PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO

Para establecer el Precio de Venta al Público se debe considerar como base el costo unitario de producción sobre el cual le agregamos un margen de utilidad.

**CUADRO # 109
PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO**

Años	COS UNI P	MAR UTILIDAD	P VENTA PUBLICO
1	0,59	18%	0,70
2	0,61	22%	0,75
3	0,63	26%	0,80
4	0,66	30%	0,85
5	0,68	32%	0,90

Fuente: Costo Unitario

Elaboración: Lus Paqui

PVP = Costo unitario+(Costo Unitario*Margen de Utilidad)

PVP 0,59+ (0,59 * 18%)

PVP = 0,70

3.2.5. INGRESOS TOTALES

Los ingresos se originaran de la venta de cada producto y se detallan a continuación:

CUADRO # 110

Años	# U P	PVP	Ingreso por ventas
1	199.680	0,70	139.627,11
2	199.680	0,75	149.411,56
3	199.680	0,80	159.737,74
4	199.680	0,85	170.650,56
5	199.680	0,90	179.428,53

Fuente: Precio de venta al publico

Elaboración: Lus Paqui

3.3. Clasificación de los costos

En todo proceso productivo los costos en que se incurre no son de la misma magnitud e incidencia en la capacidad de producción, por lo cual se hace necesario clasificarlos en:

Costos Fijos

Se los puede definir como los gastos que se mantienen constantes dentro de ciertos límites que por su naturaleza resultan inversamente proporcionales al volumen de la producción de bienes o de sus ventas.

Costos Variables

Gastos que se realizan y que se hallan en relación proporcional con respecto al aumento o disminución de los volúmenes de la producción o de sus ventas.

La clasificación de los costos se lo realizara para el primero y el quinto año, ya que serán los mismos resultados que utilizaremos para la determinación del punto de equilibrio.

La clasificación de los costos se lo realizara individualmente año por año, para su mejor comprensión.

CUADRO 111
Clasificación de los costos Año 1

Clasificación de los costos AÑO 1			
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	COSTOS FIJOS	COSTOS VAR.
Costo Primo			
Materia Prima Directa	56.066,40		56066,40
Mano de Obra Directa	11.298,26		11298,26
Total Costo Primos	67.364,66		
Costos generales de Fabricación			
Materia Prima Indirecta	14.393,60		14.393,60
Energía Eléctrica	1.620,00		1.620,00
Indumentaria de personal	345,00		345,00
Dep. de Maquinaria	455,00	455,00	
Dep. de Herramientas	99,20	99,20	
Dep. Mueble para producción	41,00	41,00	
Total de costo de Fabricación	84.318,46		
Gastos de operación			
Gastos de Administración			
Sueldos y Salarios	17.909,70	17.909,70	
Arriendo del Local	3600	3.600,00	
Energía Eléctrica	426,00	426,00	
Servicio Telefónico	456,00	456,00	
Agua Potable	236,40	236,40	
Útiles de Oficina	334,60	334,60	
Útiles de Aseo	166,80	166,80	
Equipo de Seguridad	50,00	50,00	
Amortización de Activos diferidos	381,00	381,00	
Dep. de Muebles y Enseres	149,00	149,00	
Dep. de Equipo de Computación	346,67	346,67	
Dep. de Equipo de Oficina	17,50	17,50	
Total de Gastos de Administración	24.073,67		
Gastos de Venta			
Sueldos y Salarios	5.649,13	5.649,13	
Publicidad	1.020,00	1.020,00	
Combustibles	1.396,80		1.396,80
Mantenimiento del vehículo	210,00		210,00
Dep. de Vehículo	520,00	520,00	
Total de Gasto de Venta	8.795,93		
Gastos financieros			
Interés por Préstamo	1.140,00	1.140,00	
Total de gastos Financieros	1.140,00		
Total Costos de operación	34.009,60		
Costo total de producción	118.328,06	32.998,00	85.330,06

Fuente: Presupuestos proformados

Elaboración: Lus Paqui

CUADRO 112
Clasificación de los costos Año 5

DESCRIPCIÓN	AÑO 5	COSTOS FIJOS	COSTOS VAR.
Costo Primo			
Materia Prima Directa	64.761,23		64.761,23
Mano de Obra Directa	13.273,38		13.273,38
Total Costo Primos	78.034,61		
Costos generales de Fabricación			
Materia Prima Indirecta	16.625,77		16.625,77
Energía Eléctrica	1.871,23		1.871,23
Indumentaria de personal	398,50		398,50
Dep. de Maquinaria	455,00	455,00	
Dep. de Herramientas	99,20	99,20	
Dep. Mueble para producción	41,00	41,00	
Total de costo de Fabricación	97.525,31		
Gastos de operación			
Gastos de Administración			
Sueldos y Salarios	21.040,60	21.040,60	
Arriendo del Local	4.158,29	4.158,29	
Energía Eléctrica	492,06	492,06	
Servicio Telefónico	526,72	526,72	
Agua Potable	273,06	273,06	
Útiles de Oficina	386,49	386,49	
Útiles de Aseo	192,67	192,67	
Equipo de Seguridad	57,75	57,75	
Amortización de Activos diferidos	381,00	381,00	
Dep. de Muebles y Enseres	149,00	149,00	
Dep. de Equipo de Computación	359,39	359,39	
Dep. de Equipo de Oficina	17,50	17,50	
Total de Gastos de Administración	28.034,53		
Gastos de Venta			
Sueldos y Salarios	6.636,69	6.636,69	
Publicidad	1.178,18	1.178,18	
Combustibles	1.613,42		1.613,42
Mantenimiento del vehículo	242,57		242,57
Dep. de Vehículo	520,00	520,00	
Total de Gasto de Venta	10.190,86		
Gastos financieros			
Interés por Préstamo	180,00	180,00	
Total de gastos Financieros	180,00		
Total Costos de operación	38.405,39		
Costo total de producción	135.930,70	37.144,61	98.786,10

Fuente: Presupuestos proformados
Elaboración: Lus Paqui

3.4. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Es un documento contable que muestra detalladamente y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio.

CUADRO # 113

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. Ingresos					
Ventas	139.627,11	149.411,56	159.737,74	170.650,56	179.428,53
Valor residual					4.167,89
Total Ingresos	139.627,11	149.411,56	159.737,74	170.650,56	183.596,42
2. Egresos					
Costos de Producción	84.318,46	87.440,82	90.679,81	94.039,80	97.525,31
(+) Costo de operación	34.009,60	35.027,67	36.096,18	37.229,86	38.405,39
Total de Egreso	118.328,06	122.468,49	126.775,99	131.269,66	135.930,70
(1-2) Impuestos Grabables	21.299,05	26.943,07	32.961,76	39.380,90	47.665,71
(-) 15% Para Trabajadores	3.194,86	4.041,46	4.944,26	5.907,13	7.149,86
(=) Utilidad Antes de impuestos	18.104,19	22.901,61	28.017,49	33.473,76	40.515,86
(-)22% Impuesto a la Renta	3.982,92	5.038,35	6.163,85	7.364,23	8.913,49
(=) Utilidad antes de reserva legal	14.121,27	17.863,25	21.853,64	26.109,54	31.602,37
(-) 10% de Utilidad para Reserva	1.412,13	1.786,33	2.185,36	2.610,95	3.160,24
(=) Utilidad Liquida	12.709,14	16.076,93	19.668,28	23.498,58	28.442,13

Fuente: Presupuestos proyectados e ingresos por ventas

Elaboración: Lus Paqui

3.5. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio sirve para poder planear y controlar la producción así como las ventas, indica el punto muerto en donde no existe ni pérdidas ni ganancias.

Para determinar el punto de equilibrio se utiliza unas fórmulas matemáticas y se hace el cálculo en función de la capacidad instalada y del volumen de venta.

CUADRO # 114
Datos para determinar el punto de equilibrio año 1

EJE DE X	0	100
CFT	32.998,00	32.998,00
CVT	85.330,06	85.330,06
CT	32.998,00	118.328,06
VT	0	139.627,11

Fuente: Clasificación de costos año 1

Elaboración: Lus Paqui

En función de las ventas

$$PE = \frac{CFT}{1-(CVT/VT)}$$

$$PE = \frac{32.998,00}{0,38887182}$$

$$PE = 84.855,72$$

Donde:
 CF = Costos fijos
 CV = Costos variables
 VT = Ventas totales
 PE = Punto de equilibrio

En función a la capacidad instalada

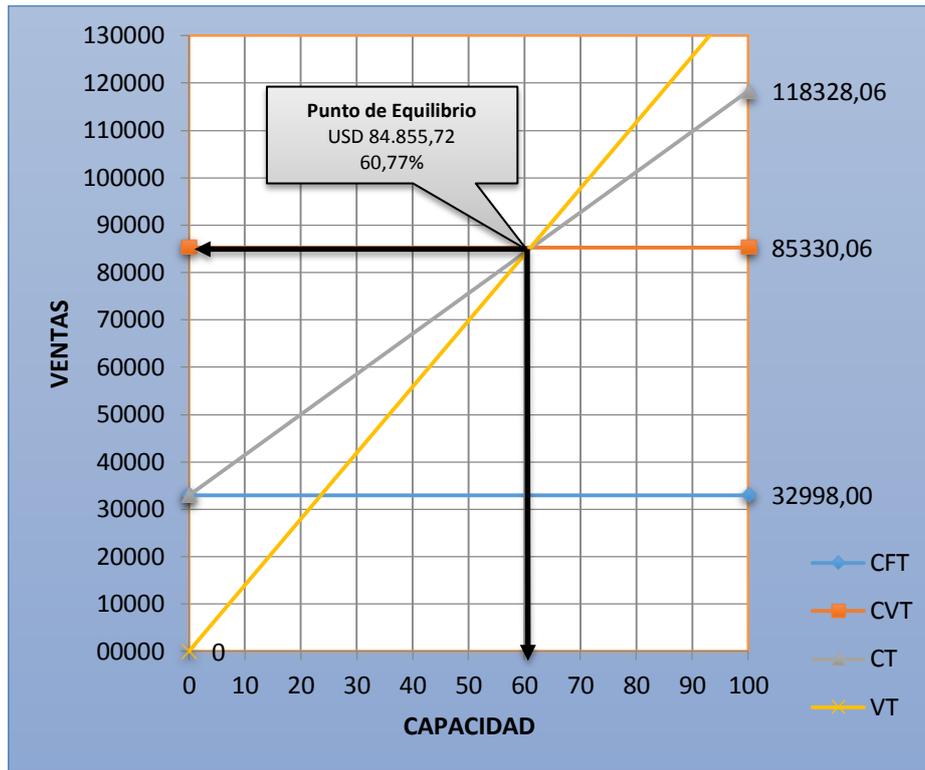
$$PE = \frac{CFT}{VT-CVT} \times 100$$

$$PE = \frac{32.998,00}{54.297,05} \times 100$$

$$PE = 0,60773097 \times 100$$

$$PE = 60,77\%$$

Método gráfico Año 1



ANÁLISIS.-

Esto demuestra que para que la empresa se mantenga en un nivel en donde no pierda ni gane, debe trabajar al 60,77% de su capacidad instalada, y a la vez tener un nivel de ventas de 84.855,72 dólares.

CUADRO # 115
Datos para determinar el punto de equilibrio año 5

EJE DE X	0	100
CFT=	37.144,61	37.144,61
CVT=	98.786,10	98.786,10
CT=	37.144,61	135.930,70
VT=	0	179.428,53

Fuente: Clasificación de costos año 5

Elaboración: Lus Paqui

En función de las ventas

$$PE = \frac{CFT}{1-(CVT/VT)}$$

$$PE = \frac{37.144,61}{0,44944041}$$

$$PE = 82.646,34$$

Dónde:

CF = Costos fijos

CV = Costos variables

VT = Ventas totales

PE = Punto de equilibrio

En función a la capacidad instalada

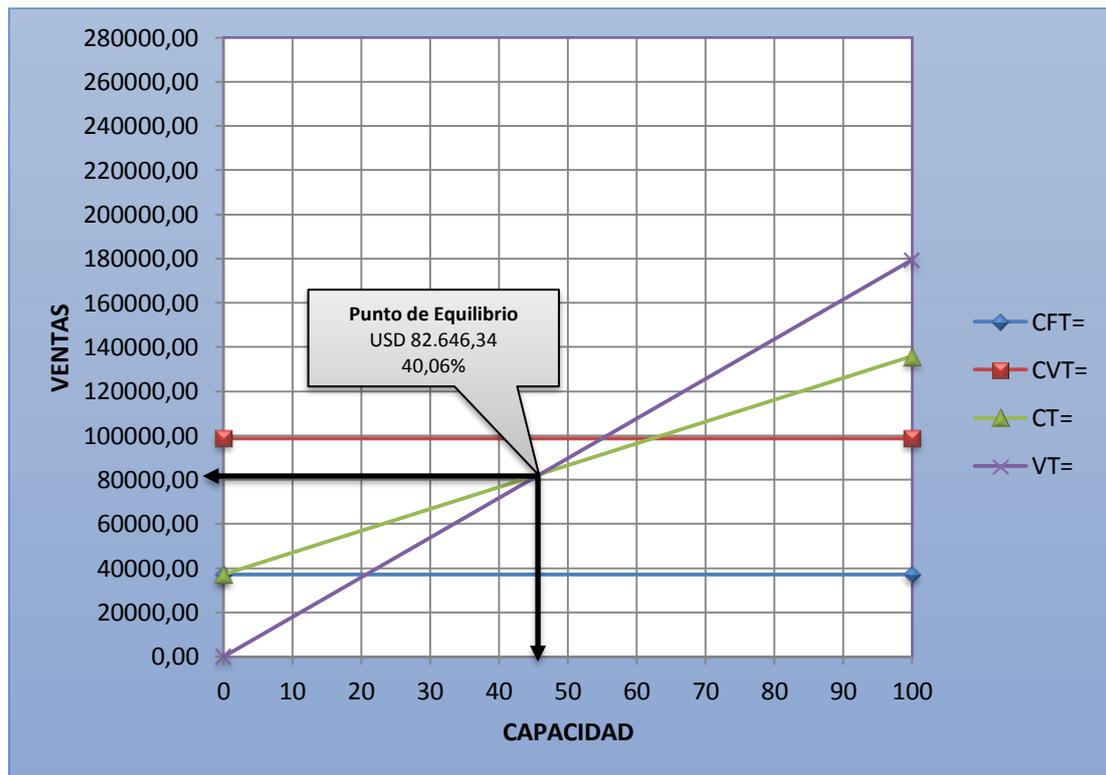
$$PE = \frac{CFT}{VT-CVT} \times 100$$

$$PE = \frac{37.144,61}{80.642,43} \times 100$$

$$PE = 0,46060871 \times 100$$

$$PE = 46,06\%$$

Método gráfico Año 5



ANÁLISIS.-

Esto demuestra que en el quinto año para que la empresa se mantenga en un nivel en donde no pierda ni gane, debe trabajar al 40,06% de su capacidad instalada, y a la vez tener un nivel de ventas de 82.646,34 dólares.

4. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

La evaluación consiste en una serie de cálculos para medir la eficacia, eficiencia, economía, objetividad e impacto del proyecto, sobre la base del planteamiento de objetivos claros y definitivos.

4.1. EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación de proyectos busca determinar la Factibilidad del mismo, con el objeto de tomar decisiones en la puesta en marcha o determinar su rentabilidad.

La evaluación Financiera cumple con las siguientes funciones:

- Determina la factibilidad en que todos los costos pueden ser cubiertos oportunamente.
- Mide la rentabilidad de la inversión.
- Genera la información necesaria para realizar una comparación del proyecto con otras oportunidades de inversión.

La evaluación financiera consistió en analizar la información financiera (Estado de Resultados,) mediante razones o índices financieros, con el propósito de establecer la razonabilidad en el tiempo de recuperación, la administración de los activos, la administración de la deuda, la rentabilidad de la empresa, y el valor actual neto, a través de este procedimiento se demostró la viabilidad del proyecto, esto se logró mediante el empleo de las razones o índices financieros, los cuales se detallan a continuación:

4.1.1. FLUJO DE CAJA

El concepto de flujo de caja se refiere al análisis de las entradas y salidas de dinero que se producen en una empresa, y tiene en cuenta el importe de esos movimientos, y también el momento en el que se producen.

Para evaluar la circulación del efectivo durante los primeros cinco años de existencia del proyecto, se elaboró un flujo de caja, el cual se detalla a continuación:

CUADRO # 116

FLUJO DE CAJA						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. Ingresos						
Ventas		139.627,11	149.411,56	159.737,74	170.650,56	179.428,53
Capital Propio	12.904,57					
Crédito BNF	10.000,00					
Valor residual						4.167,89
Total Ingresos	22.904,57	139.627,11	149.411,56	159.737,74	170.650,56	183.596,42
2. Egresos						
Activos Fijos	11.257,00					
Activos Diferidos	1.665,00					
Activo Circulante	9.982,57					
Reinversión					1.078,17	
Costos de Producción		84.318,46	87.440,82	90.679,81	94.039,80	97.525,31
(+) Costo de operación		34.009,60	35.027,67	36.096,18	37.229,86	38.405,39
(-) Amortizaciones de activos diferidos		381,00	381,00	381,00	381,00	381,00
(-) Depreciaciones		1.628,37	1.628,37	1.628,37	1.641,09	1.641,09
(+) 15% Trabajadores		3.194,86	4.041,46	4.944,26	5.907,13	7.149,86
(+) 25% Impuesto a la Renta		3.982,92	5.038,35	6.163,85	7.364,23	8.913,49
(+) Amortización del Crédito		2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Total de Egresos	22.904,57	129.515,21	135.557,67	141.893,47	149.641,28	156.016,14
FLUJO DE CAJA	0,00	10.111,90	13.853,89	17.844,28	21.009,28	27.580,28

Fuente: Estado de Pérdidas y Ganancias

Elaboración: Lus Paqui

4.1.2. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El VAN es el valor actual de un flujo de efectivo futuro o de una serie de flujo de efectivo, si un proyecto tiene un VAN positivo generará un rendimiento mayor que lo que necesita para reembolsar los fondos proporcionados por los inversionistas, y ese rendimiento excesivo se acumulará únicamente para uso de los accionistas de la empresa.

CUADRO # 117
VALOR ACTUAL NETO

AÑO	Flujos netos	factor de actualización	flujos netos Actualizados
0	22.904,57		
1	10.111,90	0,892857143	9.028,49
2	13.853,89	0,797193878	11.044,23
3	17.844,28	0,711780248	12.701,20
4	21.009,28	0,635518078	13.351,78
5	27.580,28	0,567426856	15.649,79
		SUMATORIA	61.775,49
		INVERSIÓN	22.904,57
		VAN	38.870,92

Fuente: Flujo de Caja
ELABORACIÓN: Lus Paqui

$$\text{V.A.N} = \text{SUMATORIA FLUJO NETO ACTUALIZADO} - \text{INVERSIÓN}$$

$$\text{V.A.N} = 61.775,49 - 22904,57$$

$$\text{V.A.N} = 38.870,92$$

La suma de los valores actualizados de los flujos netos de caja esperados menos el valor de la inversión inicial dan un valor de **\$38.870,92**; es decir que sí existe rentabilidad; siempre que se mantengan los escenarios planeados.

4.1.3. TASA INTERNA DE RETORNO

La TIR (Tasa Interna de Retorno) es aquella tasa que hace que el valor actual neto sea igual a cero. Cuando la TIR es mayor que la tasa de interés, el rendimiento que obtendría el inversionista realizando la inversión es mayor que el que obtendría en la mejor inversión alternativa, por lo tanto, conviene realizar la inversión. Si la TIR es menor que la tasa de interés, el proyecto debe rechazarse.

CUADRO # 118
TASA INTERNA DE RETORNO

AÑO	FLUJO NETO	Actualización			
		Factor de Actualización 57,00%	VAN Menor	Factor de Actualización 58,00%	VAN Mayor
0	-22.904,57				
1	10.111,90	0,63694267515924	6.440,70	0,63291139240506	6.399,94
2	13.853,89	0,40569597143900	5.620,47	0,40057683063612	5.549,55
3	17.844,28	0,25840507734968	4.611,05	0,25352963964311	4.524,05
4	21.009,28	0,16458922124184	3.457,90	0,16046179724248	3.371,19
5	27.580,28	0,10483389888015	2.891,35	0,10155809952055	2.801,00
			23.021,47		22.645,73
			-22.904,57		-22.904,57
			116,90		-258,85

Fuente: Flujo de Caja
ELABORACIÓN: Lus Paqui

$$TIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN T_m}{VAN T_m - VAN T_M} \right)$$

$$TIR = 57 + 1 \left(\frac{116,90}{116,90 - (-116,20)} \right)$$

$$TIR = 57,31\%$$

ANÁLISIS:

La tasa interna de retorno de la inversión es del 57,31%, lo cual significa que resulta interesante porque es superior a la tasa mínima o costo de oportunidad.

4.1.4. RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Permite medir el rendimiento que se obtienen por cada cantidad monetaria invertida, permite decidir si el proyecto se acepta o no en base al siguiente criterio.

- Si la relación Beneficio/costo es = 1 el proyecto es indiferente.
- Si la relación es mayor a 1 el proyecto es rentable.
- Si la relación es menor a 1 el proyecto no es rentable.

CUADRO # 119
RELACIÓN BENEFICIO COSTO

AÑOS	INGRESOS ORIGINALES	EGRESOS ORIGINALES	FACTOR DE ACTUALIZA	INGRESOS ACTUALIZA	EGRESOS ACTUALIZA
1	139.627,11	118.328,06	0,892857143	124.667,07	105.650,06
2	149.411,56	122.468,49	0,797193878	119.109,98	97.631,13
3	159.737,74	126.775,99	0,711780248	113.698,17	90.236,64
4	170.650,56	131.269,66	0,635518078	108.451,51	83.424,24
5	183.596,42	135.930,70	0,567426856	104.177,54	77.130,73
				570.104,27	454.072,80

Fuente: Flujo de Caja

ELABORACIÓN: Lus Paqui

$$RBC = \frac{\text{Ingresos Actualizados.}}{\text{Egresos Actualizados.}}$$

$$RBC = \frac{570.104,27}{454.072,80}$$

$$RBC = 1,26$$

Análisis

El presente proyecto es factible porque el resultado de la relación beneficio/costo es mayor que uno, o sea por cada dólar invertido se gana \$ 0,26 dólares

4.1.5. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Permite conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial para su cálculo se utiliza los valores del flujo de caja y el monto de la inversión.

CUADRO # 120
Periodo de recuperación de capital

año	Flujo neto	Factor de Actualización	Flujo actualizado	Flujo actuali. acumulado
	22.904,57			
1	10.111,90	0,892857143	9.028,49	9.028,49
2	13.853,89	0,797193878	11.044,23	20.072,72
3	17.844,28	0,711780248	12.701,20	32.773,92
4	21.009,28	0,635518078	13.351,78	46.125,70
5	27.580,28	0,567426856	15.649,79	61.775,49

Fuente: Flujo de Caja

ELABORACIÓN: Lus Paqui

$$\text{PRC} = \text{Año Super Inv.} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{primeros flujos}}{\text{flujos netos del año que superara la inversión}}$$

$$\text{PRC} = 3 + \frac{22904,57 - 32773,92}{12701,20}$$

$$\text{PRC} = 2,22296$$

$$\text{PRC} = 2 \text{ años, } 2 \text{ meses, } 20 \text{ día}$$

Análisis.-

La inversión se recupera exactamente en 2 años 2 meses y 20 días, que es un tiempo muy razonable, para la vida útil del proyecto que es de cinco años.

4.1.6. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

La sensibilidad del proyecto nos permitió medir hasta qué punto el proyecto resulta factible.

CUADRO # 121

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO EN LOS COSTOS DEL 3,61%

AÑOS	COSTOS ORIG.	COSTOS TOT. ORIGINALES	INGRESOS TOTALES	FLUJO NETO	Actualización			
					Factor de Actualización 36,00%	VAN Menor	Factor de Actualización 37,00%	VAN Mayor
		3,61%			36		37	
0	22.904,57							
1	129.515,21	134.190,71	139.627,11	5.436,41	0,73529411764706	3.997,36	0,72992700729927	3.968,18
2	135.557,67	140.451,30	149.411,56	8.960,26	0,54065743944637	4.844,43	0,53279343598487	4.773,97
3	141.893,47	147.015,82	159.737,74	12.721,92	0,39754223488703	5.057,50	0,38890031823713	4.947,56
4	149.641,28	155.043,33	170.650,56	15.607,23	0,29231046682870	4.562,16	0,28386884542856	4.430,41
5	156.016,14	161.648,32	183.596,42	21.948,10	0,21493416678581	4.717,40	0,20720353680917	4.547,72
						23.178,84		22.667,83
						22.904,57		22.904,57
						274,26		-236,74

Elaboración: Lus Paqui

Se obtiene la nueva Tasa Interna de Retorno.

$$TIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN_{T_m}}{VAN_{T_m} - VAN_{T_M}} \right)$$

$$TIR = 36 + 1 \left(\frac{274,26}{274,26 - (-236,74)} \right)$$

$$TIR = 36,53671557$$

Se encuentra la Tasa Interna de Retorno resultante.

$$TIR.R = TIR.O - N.TIR$$

$$TIR.R = 57,31 - 36,53671557$$

$$TIR.R = 20,77$$

Se calcula el porcentaje de variación.

$$\%V = (TIR.R / TIR.O) * 100$$

$$\%V = (20,77 / 57,31) * 100$$

$$\%V = 36,24845405$$

Se calcula el Valor de Sensibilidad.

$$S = \%V / N.TIR$$

$$S = 36,24845405 / 36,53671557$$

$$S = 0,99$$

Análisis. En este caso el proyecto es sensible con un incremento en los costos del 3,61% para seguir siendo rentable.

CUADRO # 122

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 3,26% EN LOS INGRESOS

AÑOS	COSTOS ORIG.	INGRESOS ORIGINALES	INGRESOS TOT. ORIGINALES	FLUJO NETO	Actualización			
					Factor de Actualización 36,00%	VAN Menor	Factor de Actualización 37,00%	VAN Mayor
			3,26%		36,00		37	
0	22.904,57							
1	129.515,21	139.627,11	135.075,27	5.560,06	0,73529411764706	4.088,28	0,72992700729927	4.058,44
2	135.557,67	149.411,56	144.540,74	8.983,07	0,54065743944637	4.856,76	0,53279343598487	4.786,12
3	141.893,47	159.737,74	154.530,29	12.636,83	0,39754223488703	5.023,67	0,38890031823713	4.914,47
4	149.641,28	170.650,56	165.087,35	15.446,07	0,29231046682870	4.515,05	0,28386884542856	4.384,66
5	156.016,14	183.596,42	177.611,17	21.595,04	0,21493416678581	4.641,51	0,20720353680917	4.474,57
						23.125,28		22.618,25
						22.904,57		22.904,57
						220,70		-286,32

Elaboración: Lus Paqui

Se obtiene la nueva Tasa Interna de Retorno.

$$TIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN_{T_m}}{VAN_{T_m} - VAN_{T_M}} \right)$$

$$TIR = 36 + 1 \left(\frac{220,70}{220,70 - (-286,32)} \right)$$

$$TIR = 36,43528641$$

Se encuentra la Tasa Interna de Retorno resultante.

$$TIR.R = TIR.O - N.TIR$$

$$TIR.R = 57,31 - 36,43528641$$

$$TIR.R = 20,88$$

Se calcula el porcentaje de variación.

$$\%V = (TIR.R / TIR.O) * 100$$

$$\%V = (20,88 / 57,31) * 100$$

$$\%V = 36,42543399$$

Se calcula el Valor de Sensibilidad.

$$S = \%V / N.TIR$$

$$S = 36,42543399 / 36,43528641$$

$$S = 0,99$$

Análisis.-

En este caso el proyecto es sensible con una disminución en los ingresos de hasta el 3,26% para seguir siendo rentable.

h. CONCLUSIONES

- Mediante el Estudio de Mercado se determinó que el producto tiene acogida en los autoservicios y cafeterías de la ciudad de Loja, se determinó la oferta y demanda, existe una gran demanda insatisfecha en donde se pretende cubrir una parte con el nuevo producto como son las empanadas de papa china.
- La empresa estará ubicada en el barrio Celi Román, parroquia Sucre de la ciudad de Loja, la misma que cuenta con todos los servicios básicos. La empresa tendrá una capacidad instalada de 838656 empanadas de papa china anual, inicio del ciclo de la producción se trabajara con el 39% de la capacidad instalada; la misma que permitirá producir 199680 empanadas anuales.
- La empresa será conformada como Compañía de Responsabilidad Limitada, que al iniciar sus operaciones mercantiles incrementara 5 puestos de trabajo en el mercado laboral.
- Para la implantación del proyecto se determinó un total de la inversión de 22.904,57 dólares la misma que será financiado el 56,34% por capital propio y el 43,66% restante por medio de una institución financiera con una tasa de interés del 12%, el costo de producción para el primer año es de 118.328,06 dólares, con un ingreso por ventas de 139.627,11 dólares con una utilidad liquida de 12709,14 dólares y un flujo de efectivo del 10.111,90 dólares.

- Al realizar la evaluación financiera se pudo determinar que luego de haber recuperado la inversión se tendrá un beneficio de 38870,92 dólares con una tasa interna de retorno del 57,31% que es mayor a la tasa de descuento; de cada dólar invertido se tendrá 26 centavos de utilidad; el periodo de recuperación de capital es de 2 años, 2 meses y 20 días; si los costos se incrementan hasta el 3,61% o los ingresos se disminuyen el 3,26% el proyecto no es sensible; por lo que se puede concluir que el proyecto es factible financieramente ya que los indicadores así lo demuestran.

i. RECOMENDACIONES

- ④ Que los pequeños empresarios ejecuten este proyecto, pues que tendrán muchos beneficios tanto para la ciudadanía Loja como para el país entero, en el aspecto social y especialmente económico.

- ④ En toda empresa que se ofrezca algún tipo de bienes o servicios, la atención y el producto que se brinde al cliente debe ser eficiente y con estándares de calidad para lograr un posicionamiento frente a la competencia.

- ④ Llevar a cabo un plan de negocio donde se evalúe el estudio de mercado, técnico, legal-organizacional, económico-financiero antes de iniciar una organización, con el fin de analizar las amenazas y oportunidades, es decir el riesgo que se toma en la creación de la misma.

- ④ Que exista una buena gestión organizacional, con especificación clara de funciones, personal calificado y bajo la dirección de profesionales en sus respectivas áreas de trabajo.

j. BIBLIOGRAFÍA

- ✚ <http://www.google.com.ec/#hl=es&client=psy-ab&q=niveles+jerarquicos>

- ✚ Stanton, etzel y walker, fundamentos de marketing, novena edición, edit. McGraw hill, méxico, 2002, p.42/57.

- ✚ <http://es.wikipedia.org/wiki/tamal>

- ✚ www.cuidadodelasalud.com

- ✚ www.recetasecuatorianas.com

- ✚ <http://es.wikipedia.org/wiki/mercado>

- ✚ Gia del estudio de mercado para la evaluación del proyecto

- ✚ www.camaradecomerciooja.ec

- ✚ MOSTO Díaz, Jorge. Costo y presupuesto. Editorial Bross Técnico. 1982

K. ANEXOS

ANEXOS TESIS LUS

ANEXOS # 1



CAFETERÍAS

<p>CAFETERÍA DE CARPIO Calle: OLMEDO Y AZUAY Tel: 2582432</p> <p>CAFETERÍA JR Calle: 10 DE AGOSTO ENTRE BERNARDO V. Y OLMEDO Tel: 2589234</p> <p>HOT BURGUER FUENTE DE SODA Calle: OLMEDO Y AZUAY Tel: 2584185</p> <p>HOT BURGUER SUCURSAL Calle: BERNARDO VALDIVIESO ENTRE MIGUEL RIOFRIO Y ROCAFUERTE Tel: 2572186</p>	<p>HOT BURGUER SUCURSAL Calle: QUITO ENTRE BOLÍVAR Y BERNARDO Tel: 2560933</p> <p>RESTAURANT DELFIN DORADO Calle: AV. NUEVA LOJA Y JIPIJAPA</p> <p>RESTAURANT EL DEPOSTISTA Calle: AZUAY Y MACARA BAJOS DEL ESTADIO FEDERATIVO Tel: 2577725</p> <p>RESTAURANTE DELFIN DORADO Calle: AV. NUEVA LOJA Y JIPIJAPA GASO...</p> <p>TENE GUELEDEL SEGUNDO ABEL Calle: AV. SALVADOR BUSTAMANTE CELI Y GUAYAQUIL Loja Ecuador Tel: 2575603 VENTA DE COMIDA TÍPICA</p>
--	---

SUPERMERCADOS PRINCIPALES EN LA CIUDAD DE LOJA

<p>ALMACÉN JULITA Calle: CATAMAYO BOLÍVAR Y 24 DE MAYO Tel: 2677115 Fax: 2677165 VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD</p> <p>ALMACÉN VARIEDADES Calle: LAURO GUERRERO 09-82 Y MIGUEL RIOFRIO Loja Ecuador Tel: 2562993 Fax: 2562772 VENTA DE ABARROTÉS</p> <p>BALCÁZAR TORRES NAYO MANUEL Calle: 18 DE NOVIEMBRE Y ROCAFUERTE Loja Ecuador Tel: 2577334 VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD</p> <p>BASTIDAS LOYOLA FLOR LUZVENIA Calle: AV. SALVADOR BUSTAMANTE CELI Y GUAYAQUIL Loja Ecuador Tel: 2575649</p> <p>CALVA & CALVA Calle: IBEROAMÉRICA Y AZUAY ESQUINA Loja Ecuador Tel: 2571513 Fax: 2578205 VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD</p> <p>COMERCIAL GARCÍA Calle: AV. NUEVA LOJA 09-36 Y GUAYAQUIL Tel: 2584196 Fax: 2578388 VENTA DE GELATINA CAPRI PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD.</p>	<p>CAMEL Calle: EL FENIX S/N Y AV. 8 DE DICIEMBRE Loja Ecuador Tel: 2541230 VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO</p> <p>CALVA Y CALVA Calle: ALEXANDER JUMBOLT Y HEROES DEL CENEP Loja Ecuador Tel: 2546951 Fax: 2545520 VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD</p> <p>COMERCIAL Calle: ROCAFUERTE Y ELOY ALFARO Loja Ecuador VENTA DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO</p> <p>COMERCIAL Calle: ROCAFUERTE Y AV. UNIVERSITARIA Loja Ecuador Tel: 2572847 VENTA DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO</p> <p>COMERCIAL Calle: EDUARDO KIGMA Y GONZANAMA Loja Ecuador Tel: 2572645 VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD</p> <p>COMERCIAL COBOS Calle: MIGUEL RIOFRIO Y AV. UNIVERSITARIA Tel: 2581696 VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD</p>
---	--

COMERCIAL JULIO CESAR (MERCAMAX)

Calle: MERCADILLO 16-37 Y 18 DE
NOVIEMBRE
Loja Ecuador
Tel: 2578453
Fax: 2560019
SUPERMERCADO

COMERCIAL MORENO

Calle: LOURDES Y BERNARDO
VALDIVIESO ESQ.
Loja Ecuador
Tel: 2541437
VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA
NECESIDAD

COMERCIAL GALTOR

Calle: 18 DE NOVIEMBRE Y MIGUEL
RIOFRIO
Loja Ecuador
Tel: 2561961
VENTA DE ARTÍCULOS DE PRIMERA
NECESIDAD

COMERCIAL SERRANO HERMANOS

Calle: ROCAFUERTE 15-45 Y SUCRE
Loja Ecuador
Tel: 2570141
VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA
NECESIDAD

COMERCIAL SAN MARTIN

Calle: MACHALA ENTRE GUARANDA Y
ANCON
Loja Ecuador
Tel: 2571386
VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA
NECESIDADAS

COMERCIAL V.C.

Calle: MACHALA Y TULCAN
Loja Ecuador
Tel: 2570716
Fax: 2581638
VENTA DE ARTÍCULOS DE PRIMERA
NECESIDAD

COMERCIAL VIVANCO

Calle: ROCAFUERTE Y 18 DE NOVIEMBRE
Loja Ecuador
Tel: 2572009
Fax: 2561248
VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA
NECESIDAD

COMERCIALIZADORA AUTROVENTAS

Calle: AV. OCCIDENTAL 02-05 Y LUIS
CRESPO ESQ.
Tel: 2572263
PRODUCTOS PRIMERA NECESIDAD

COMERCIALIZADORA DARPA

Calle: AV. 8 DE DICIEMBRE Y SALVADOR
BUSTAMANTE CELI
Loja Ecuador
Tel: 2540958
Fax: 2541291
COMPRA Y VENTA DE PRODUCTOS DE
CONSUMO MASIVO

**COMERCIALIZADORA VIVANCO COBOS
VICOSA CIA. LTDA.**

Calle: AV. MANUEL AGUSTÍN A. Y AZUAY
Loja Ecuador
Tel: 2579106
VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA
NECESIDADES.

COMERCIALIZADORA AUSTRO VENTAS

Calle: AV. OCCIDENTAL 02-05 Y LUIS CRESPO

Loja Ecuador

Tel: 2572263

Fax: 2573646

VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD

COMERCIALIZADORA DARPA

Calle: AV. 8 DE DICIEMBRE Y SALVADOR BUSTAMANTE CELI

Loja Ecuador

Tel: 2540958

Fax: 2541291

COMPRA Y VENTA DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO

COMERCIALIZADORA PÉREZ

Calle: QUINARA24-130 Y AV. PALTAS

Loja Ecuador

Tel: 2589691

Fax: 2563921

VENTA DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO

CONFITERIA

Calle: CATACOCCHA 11-63 Y OLMEDO

Loja Ecuador

Tel: 2582766

VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD

DESPENA DON LUCHO

Calle: MERCADILLO Y OLMEDO

Loja Ecuador

Tel: 2571981

Fax: 2578174

VENTA DE PRODUCTO DE PRIMERA NECESIDAD

DESPENSA FERNANDITO

Calle: BOLÍVAR ENTRE AZUAY Y MERCADILLO

Loja Ecuador

Tel: 2587056

VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD

DESPENSA CARMITA

Calle: SUCRE ENTRE COLON E IMBABURA 05-39

Loja Ecuador

Tel: 2582843

Fax: 2575901

VENTA DE PRODUCTO DE PRIMERA NECESIDA

DISCAMEL CIA. LTDA.

Calle: AV. 8 DE DICIEMBRE Y AL FENIX FRENTE A COCA COLA

Loja Ecuador

Tel: 2541230

VENTA DE PRODUCTOS DE CONSUMO

DISTRIBUCIÓN VICOSA

Calle: AV. IBEROAMÉRICA 11-35 Y AZUAY

Tel: 2584948

Fax: 2579106

VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD

DISTRIBUIDOR

Calle: AV. NUEVA LOJA 08-36 Y GUAYAQUIL CIUD. DEL MAESTRO

Loja Ecuador

Tel: 2578388

Fax: 2584196

VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD

DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO

Calle: CIUD. ZAMORA HUAYCO RÍO
PASTAZA Y RÍO UPANO
Loja Ecuador
Tel: 2587068
VENTA DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO

DISTRIBUCIONES ROMAR

Calle: MIGUEL RIOFRÍO Y AV. MAXIMO AGUSTIN AGUIRRE
Loja Ecuador
Tel: 2585354
VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD

DISTRIBUIDORA RGUS

Calle: CIUD. CLODOVEO JARAMILLO
CALLE BOGOTÁ 19-25 Y HAB
Loja Ecuador
Tel: 2586561
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE PRODUCTOS DE CONSUMO

DISTRIBUIDORA IMELDA

Calle: SUCRE Y CELICA ESQUINA
Loja Ecuador
Tel: 2574540
Fax: 2579972
VENTA DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO

DISTRIBUIDORA PABLOYLITO

Calle: EDUARDO KIGMA Y GONZANAMÁ
Loja Ecuador
Tel: 2572645
VENTA DE ARTÍCULOS DE PRIMERA NECESIDAD

DISTRIBUIDORA VASQUEZ DISVAS

Calle: 18 DE NOVIEMBRE ENTRE MIGUEL RIOFRÍO Y AZUAY
VENTA DE LICORES Y PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDADES.

DISTRILLOJA CIA. LTDA

Calle: GUARANDA Y AV. CUXIBAMBA
Loja Ecuador
Tel: 2572710
PRODUCTOR DE CONSUMO MASIVO

D'CORNES

Calle: AV. ROMERILLOS Y GOBERNACIÓN DE MAINAS
Loja Ecuador
Tel: 2562757
VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD

GUTIERREZ DE A. INDAURA

Calle: ARGENTINA Y BRASIL
Loja Ecuador
Tel: 2560000
Fax: 2560793
VENTA DE ARTICULOS DE PRIMERA NECESIDAD

LA SUPERTIENDA

Calle: JAMAICA Y FRANCIA ESQ.
Loja Ecuador
Tel: 2585462
VENTA DE INSUMOS DE PRIMERA NECESIDAD

MICROMERCADO

Calle: BOLÍVAR Y MERCADILLO
Loja Ecuador
Tel: 2562023
VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD

MICROMERCADO ANDREITA

Calle: AV. 8 DE DICIEMBRE Y J. ROBLES (MEDIA CUADRA DEL F)
Loja Ecuador
Tel: 2574183
MICROMERCADO

PANADERIA Y MICROMERCADO TRES ESTRELLAS

Calle: BRASIL Y ESPAÑA
Loja Ecuador
Tel: 2586017
VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD

PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD

Calle: SUCRE 01-47 Y JUAN DE SALINAS
Loja Ecuador
Tel: 2577981
VENTAS DE PRIMERA NECESIDAD

SU DESPENSA FAVORITA

Calle: LAURO GUERRERO 13-96 Y VENEZUELA
Loja Ecuador
Tel: 2571563
VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD

SUPERMAXI LOJA (CENTRO COMERCIAL LA PRADERA)

Loja Ecuador
Tel: 2570558

TIA S.A.

Calle: 10 DE AGOSTO ENTRE BOLÍVAR Y SUCRE
Tel: 2577176
Fax: 2562915
PRODUCTOS VARIOS

TIENDA

Calle: CAFAR Y AV. EUGENIO ESPEJO
Loja Ecuador
Tel: 2572853
VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD

TIENDA

Calle: CLODOVEO JARAMILLO
Loja Ecuador
Tel: 2581800
Fax: 2571224
VENTA DE ARTICULOS DE PRIMERA NECESIDAD

TIENDAS DE ABASTO SACOS

Calle: MIGUEL RIOFRIO Y LAURO GUERRERO
Loja Ecuador
Tel: 2581714
VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD

VENTAS

Calle: MERCADO GRAN COLOMBIA NRO. 449
Loja Ecuador
VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDA

ANEXO # 2: Formato de encuestas realizadas a las cafeterías y autoservicios de la ciudad de Loja

1. ¿En su empresa vende productos semielaborados?

DESCRIPCIÓN	
SI	
NO	

2. De los productos semielaborados ¿Qué ofrece a los clientes?

DESCRIPCIÓN	
Empanadas de Verde	
Empanadas de Yuca	
Empanadas de Harina de Trigo	
Otros	

3.¿Quiénes le proveen las empanadas semielaboradas?

DESCRIPCIÓN	
Personas particulares	
Empresas productoras	
Elaboración propia	

4.¿Qué cantidad de empanadas vende semanalmente?

DESCRIPCIÓN	
De 1 a 100	
De 101 a 200	
De 201 a 300	

5. ¿En qué presentación le entregan las empanadas?

DESCRIPCIÓN	
Bandejas desechables	
Empacadas al vacío	
Otros	

6. Usted ¿cómo considera la calidad de las empanadas que les ofrece?

DESCRIPCIÓN	
Excelente	
Buena	
Regular	
Mala	

7.¿Cuál es el precio que paga por una empanada con una medida promedio de 16cm. x 10cm.?

DESCRIPCIÓN	
De 0,30 a 0,50 USD	
De 0,51 a 0,70 USD	
De 0,71 a 0,90 USD	

8.¿Conoce los beneficios de la papa china (Colocasia Esculenta)?

DESCRIPCIÓN	
SI	
NO	

9. Si en la ciudad de Loja se creara una empresa productora y comercializadora de empanadas de papa china ¿usted estaría dispuesto a adquirir para su comercialización?

DESCRIPCIÓN	
SI	
NO	

10.¿Cuántas empanada pediría usted semanalmente?

DESCRIPCIÓN	
De 1 a 100	
De 101 a 200	
De 201 a 300	

11.¿En qué presentación le gustaría que le ofrezcan, las empanadas de papa china?

DESCRIPCIÓN	
Bandejas desechables blancas	
Empacada al vacío	
Otros	

12. ¿Qué promociones le gustaría que le ofrezcan por la compra de este producto?

DESCRIPCIÓN	
Más cantidad del producto	
Descuentos por cantidad	
Obsequios	

13. ¿Qué medios de comunicación es de su preferencia, para mantenerse informado acerca del nuevo producto?

DESCRIPCIÓN	
TV	
Radio	
Vallas publicitarias	
Hojas volantes	
Comunicación verbal	

14. ¿Qué canal televisivo local sintoniza?

ALTERNATIVAS	
Ecotel TV	
UV Televisión	

15. ¿Cuál es el horario de su preferencia?

ALTERNATIVAS	
06H00 – 12H00	
12H00 – 18H00	
18H00 – 24H00	

16. ¿Qué emisoras locales escucha?

ALTERNATIVAS	
Radio La Hechicera	
Radio Matovelle	
Radio Súper Laser	
Otros	

17. ¿Cuál es el horario de su preferencia?

ALTERNATIVAS	
06H00 – 12H00	
12H00 – 18H00	
18H00 – 24H00	

18. ¿Qué diarios locales adquiere?

ALTERNATIVAS	
La Hora	
Crónica	

19. ¿Qué días prefiere usted leer la prensa?

ALTERNATIVAS	
DIARIA	
SÁBADO Y DOMINGO	

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO # 3

**Entrevista dirigida al gerente de la empresa productora y
comercializadora de empanadas “ARPRI”**

1. ¿Qué tipo de producto ofrece en su empresa, a la ciudadanía Lojana?

.....
.....

2. ¿Qué acogida han tenido sus productos por parte de los clientes?

.....
.....

3. ¿Cuántas bandejas de empanadas produce diariamente?

.....
.....

4. ¿Cuántas bandejas de 6 unidades vende al año?

.....
.....

5. ¿Cuáles son las empresas competidora directas?

.....
.....

ÍNDICE

– PORTADA	i
– CERTIFICACIÓN	ii
– AUTORÍA	iii
– CARTA DE AUTORIZACIÓN	iv
– DEDICATORIA	v
– AGRADECIMIENTO	vi
a. TÍTULO	1
b. RESUMEN	2
ABSTRACT	4
c. INTRODUCCIÓN	6
d. REVISIÓN DE LITERATURA	9
e. MATERIALES Y MÉTODOS	42
f. RESULTADOS	47
g. DISCUSIÓN	85
h. CONCLUSIONES	181
i. RECOMENDACIONES	183
j. BIBLIOGRAFÍA	184
k. ANEXOS	185