



1859

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TITULO:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HELADOS DE MANI EN LA CIUDAD DE CATAMAYO”

TESIS PREVIA A LA OBTENCION
DEL TITULO DE INGENIERA EN
ADMINISTRACION DE EMPRESAS

AUTORA:

JOHANNA BEATRIZ ORDOÑEZ AGUILAR

DIRECTOR DE TESIS:

ING. NEY GALLARDO

LOJA – ECUADOR

2015

Ingeniero:

Ney Alfredo Gallardo.

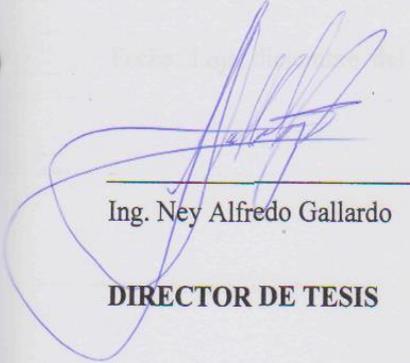
DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Que la tesis titulada **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HELADOS DE MANI EN LA CIUDAD DE CATAMAYO”**, desarrollada por JOHANNA BEATRIZ ORDOÑEZ AGUILAR; ha sido dirigida, supervisada y revisada en todas sus partes por mi persona como Director de Tesis, previa a obtener el título de Ingeniera en Administración de Empresas

Certifico en honor a la verdad y autorizo a las interesadas hagan uso de la presente para fines legales pertinentes.

Loja, diciembre de 2015



Ing. Ney Alfredo Gallardo

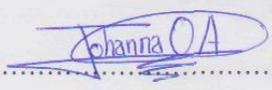
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, **Johanna Beatriz Ordoñez Aguilar**, declaro ser autora del presente trabajo de tesis de grado 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: **Johanna Beatriz Ordoñez Aguilar**

Firma: 

Cédula: 1104599939

Fecha: Loja, diciembre del 2015

CARTA DE AUTORIZACIÓN DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO

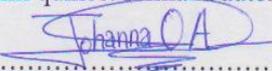
Yo, Johanna Beatriz Ordoñez Aguilar, declaro ser la autora de la tesis titulada **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HELADOS DE MANI EN LA CIUDAD DE CATAMAYO”**, como requisito para optar al título de Ingeniería en Administración de Empresas.

Además, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios puedan 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 15 días del mes de diciembre del dos mil quince. Firma la autora:

Firma: 

Autora: Johanna Beatriz Ordoñez Aguilar
Cédula: 1104599939
Dirección: Catamayo,
Correo Electrónico: johalex240@gmail.com
Teléfono: 0982611434

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director de Tesis: Ing. Ney Alfredo Gallardo

Tribunal de Grado: Presidente del tribunal: Ing. Bernardo Patricio Cuenca Ruiz.

Miembro del tribunal: Mgs. Cesar Augusto Neira Hinostroza.

Miembro del tribunal: Ing. Sergio Mauricio Leon Pineda.

AGRADECIMIENTO.

Dejo constancia de mi profunda gratitud a la Universidad Nacional de Loja “**ALMA MASTER**”, templo del saber en dónde he podido compartir gratas e inolvidables vivencias durante el tiempo que he caminado junto a las Autoridades, Docentes, compañeros, personal administrativo y amigos, en pos de ampliar nuestros conocimientos y vivir experiencias, que han permitido planificar y ejecutar el proyectos en mercados en un futuro mejor.

Mi especial agradecimiento y gratitud al Director de la presente tesis Ing. Ney Alfredo Gallardo, por el asesoramiento y orientación en la realización de la misma.

A todas las personas que nos brindaron la información necesaria para el desarrollo del presente estudio.

Por último agradezco el esfuerzo de este trabajo a todas aquellas personas que directa e indirectamente me han apoyado, a todos ellos les extiendo mi más sincero y fraterno agradecimiento.

LA AUTORA

DEDICATORIA.

Dedico el esfuerzo y sacrificio depositado en el desarrollo de esta Tesis, a Dios por haberme concedido salud y sabiduría en el trayecto de mi vida estudiantil. Dedico al ser más importantes de mi existencia mi madre, quien fue la fuente de inspiración, sacrificio y perseverancia por haber confiado en mí y darme la oportunidad de forjarme un futuro mejor.

A mis compañeros y amigos con quienes he compartido momentos gratos dentro y fuera de las aulas; y por último a todas las personas que de una u otra manera me brindaron su apoyo y son parte de mi superación, a todos ellos les debo todo cuanto soy y lo que más tarde seré.

Con cariño:

Johanna Ordoñez

a. TITULO

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA
EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HELADOS DE
MANI EN LA CIUDAD DE CATAMAYO”**

b. Resumen

El presente proyecto de inversión tiene como finalidad la factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de helados de maní en la ciudad de Catamayo, determinando el objetivo general el ante mencionado, seguidamente se aplica los objetivos específicos. Realizar el **estudio de mercado** para establecer la demanda y oferta del producto, Establecer el **estudio técnico** para determinar capacidad instalada, utilizada y la ingeniería del proyecto, Diseñar la **estructura administrativa y legal** de la empresa para establecer la personaría jurídica a aplicarse, especificando capital, razón social y trámites legales para la constitución de la misma, organigramas y manual de funciones, Realizar el **estudio económico** para determinar la inversión y financiamiento necesarios para poner en marcha el futuro proyecto y Determinar la **evaluación financiera** que reflejen la situación a futuro de la empresa como: Flujo de caja, Valor Actual Neto, Recuperación de Capital, Relación Beneficio Costo, Tasa Interna de Retorno y Análisis de Sensibilidad, que presente el proyecto en las condiciones planteadas y en diferentes escenarios. Mediante ello se inicia a investigar varios aspectos como la metodología que incluye información primaria y secundaria, estableciendo como métodos principales: el deductivo, inductivo, descriptivo y estadístico, así como las técnicas principales la observación, entrevista y encuestas. Se inicia a desarrollar una segmentación y estudio de mercado, obteniendo resultados iniciales y parciales que permiten los pronósticos posteriores de demanda potencial, real y efectiva así tenemos: el **95%** de las familias de Catamayo consume helado, determinando una demanda potencial es **23.114**, la demanda real se ha tomado en cuenta el producto de helados en paleta representado el **82%** con la demanda de **18.954** familias , la demanda efectiva con un **97%** para el primer año es de **18.385** familias, con un consumo promedio de **38** helados

anuales por familias con una demanda efectiva del primer año de **708.420** unidades de helados, se estableció la demanda insatisfecha de **328.533** unidades; con la información de la investigación de mercado se estructura el plan de comercialización, considerando las variables producto, precio, plaza, promoción, publicidad. El estudio técnico determina una producción de **327.600** como capacidad instalada con la participación del 100% y utilizada representada con el **50%** para el primer año de **164.320** paletas de helados, mensual **3.160** y diario **632** unidades seguidamente la localización de la planta y la ingeniería del proyecto. En el estudio organizacional administrativo tenemos en lo legal, consta la razón social de la empresa “King’s Maní” compañía Limitada, ubicada en el sector la COLINA en la ciudad de Catamayo, contando con 2 socios y con un tiempo de vida útil de 5 años y en lo organizacional se definen los niveles jerárquicos, organigramas y el manual de funciones. Finalmente el estudio económico-financiero se determinó la inversión mediante los activos fijos, diferidos y circulantes con la cuantía de inversión inicial de \$ 37.907,12 su financiamiento estará dado por dos fuentes que son: Interna \$ 27.907,12 y externa de \$ 10.000 (crédito en el banco del austro), seguidamente los estados financieros como estado de pérdidas y ganancias, punto de equilibrio y flujo de caja. La evaluación financiera con el Valor actual neto de \$ 24.625,30; Período de recuperación de capital 2 años, 1 meses y 10 días; Relación beneficio costo por cada dólar invertido gana 1,35 representado \$ 0,35 ctvs.; Tasa Interna de Retorno del 39,46%.; asociado con un análisis de sensibilidad basado en el incremento de los costos con un 9,18% con una sensibilidad de 0,99 y disminución de los ingresos con un 6,45% con una sensibilidad de 0,99 los que dan como resultado la sensibilidad menor a 1, es así, Estos evaluadores financieros indican la factibilidad del proyecto a crearse ya que todos sus resultados son positivos de acuerdo al criterio de aceptación de cada uno. Finalizando el

presente proyecto de investigación con las conclusiones, recomendaciones, Bibliografía, Anexos y Índice.

Summary

This investment project is aimed at feasibility to implement a producer and marketer of peanut ice cream in the city of Catamayo company, determining the general objective referred to, then the specific objectives applies. Conduct market research to establish the demand and supply of the product, establish the technical study to determine capacity, used and project engineering, design administrative and legal structure of the company to establish the legal Personaría applied, specifying capital business name and legal procedures for the establishment of the same, organizational and manual functions perform economic study to determine the investment and financing necessary to implement the project and determine future financial assessment to reflect the future situation of the company as Cash Flow, Net Present Value, Capital Recovery, Benefit Cost Ratio, Internal Rate of Return and Sensitivity Analysis, which present the project under the conditions and in different scenarios raised. Through it begins to investigate various aspects as the methodology which includes primary and secondary information, establishing the main methods: deductive, inductive, descriptive statistics, and the main techniques of observation, interviews and surveys. It begins to develop a segmentation and market research, obtaining initial and partial results that allow subsequent forecasts of potential demand, real and effective so we have: 95% of families Catamayo consume ice cream, determining a potential demand is 23.114, the Real demand has taken into account the product palette of ice cream accounted for 82% with the demand for 18,954 families, effective demand with 97% for the first year is 18,385 families, with an average annual consumption of ice cream for 38 families with an effective demand for the first year of 708,420 units of ice cream, the unmet demand for 328,533 units was established; with information on market research marketing plan, considering the variables product, price, place, promotion, advertising is structured. The technical study determines production and installed capacity of 327,600 with 100% participation represented and used with 50% for the first year of 164 320 popsicles, monthly 3,160 and 632 units daily then the location of the plant and engineering draft. In the administrative organizational study it has in the legal, has the trade name of the company, "King's Peanuts" Limited Company, located in the sector the hill in the city of Catamayo, with 2 partners and a lifetime of 5 and in organizational hierarchies, organizational and operating functions are defined. Finally study the economic and financial investment was determined by the

fixed, deferred and current assets to the amount of initial investment of \$ 37,907.12 financing is given by two sources that are: Internal and External \$ 27,907.12 \$ 10,000 (credit at the bank of the south), then the financial statements and profit and loss statement, balance point and cash flow. The financial evaluation with the net present value of \$ 24,625.30; Capital recovery period of two years, one month and 10 days; Cost benefit ratio for every dollar spent earns represented 1.35 \$ 0.35 cents .; Internal Rate of Return of 39.46% .; associated with a sensitivity analysis based on the increased costs to 9.18% with a sensitivity of 0.99 and revenue decline with 6.45% with a sensitivity of 0.99 which result in less than 1 sensitivity, so, these financial evaluators indicate the feasibility of the project to be created since all results are positive according to the acceptance criteria of each. Completing this research project findings, recommendations, bibliography, appendices and index.

c. **Introducción**

Con el presente estudio se busca fomentar las fuentes de empleo y romper la estructura tradicional de que se considere a las grandes ciudades del país como centros de desarrollo empresarial. Es por ello que el cantón catamayo no puede quedarse al margen del crecimiento industrial, en donde es posible la inversión de capital en proyectos de desarrollo, ya que la ciudad brinda las condiciones y oportunidades necesarias para que surjan empresas que se dediquen a la producción y comercialización de productos de consumo masivo con un valor agregado ante otros que se ofrecen en el país.

Para desarrollar el presente proyecto me apoye en los conocimientos adquiridos durante el largo lapso de estudio universitario, junto a la valiosa enseñanza de los docentes de la carrera. Para proceder a la realización de la tesis inicie con la idea del negocio tomando en cuenta que en la ciudad de catamayo no existe una empresa que produce este tipo de producto, procedí con la elaboración del (**proyecto de investigación**) mediante la aprobación del mismo, procedo a la realización de la tesis contando con el primer literal

a. Título “proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de helados de maní en la ciudad de catamayo”

seguidamente el **Resumen** se establece en palabras generales lo que contiene el proyecto especificando punto por punto, **Introducción** se describe el desarrollo del contenido de cada uno de los diferentes escenarios del proyecto, **Revisión de literatura** se establece el marco referencial y marco conceptual mediante una exhaustiva bibliografía que proporciona conceptos teóricos referentes a la elaboración del proyecto, **Materiales y métodos** se utilizó los materiales como (equipos de oficina y suministros de oficina) y los métodos, (deductivo, inductivo y descriptivo), se aplicó las técnicas basadas en la observación directa, encuestas dirigidas a la ciudadanía y entrevistas enfocadas a los

distribuidores de helados, para ello fue necesario determinar el tamaño de la muestra y su determinado procedimiento, **Resultados** en este literal se realizó el diseño y aplicación de las encuestas y entrevistas con su respectivo análisis e interpretación, **Discusión** se establece el estudio de mercado identificando la demanda potencial, real, efectiva y demanda insatisfecha de los helados de maní, así como pronosticar el nivel de consumo per cápita y nivel de ventas promedio que existiría y la oferta, se formula el plan de comercialización estableciendo el producto (marca, slogan, etiquetas), plaza, precio, promoción y publicidad, en el estudio técnico se determina la capacidad instalada, utilizada, localización de la planta, macro-localización, micro-localización y la ingeniería del proyecto. Se procede con el estudio organizacional y legal de la empresa estableciendo el tipo de compañía seguido el desarrollo de los organigramas (estructural, funcional, posicional) y el manual de funciones de cada uno de los empleados que participarán dentro de los procesos productivos y administrativos.

Continuando el estudio económico – financiero, se establece el nivel de inversión (activos fijos, diferidos, capital de trabajo), las fuentes de financiamiento para los recursos necesarios, se determina los presupuestos de costos se establece el costo unitario de producción, precio de venta al público, ingresos por ventas y los estados financieros (estado de pérdidas y ganancias, punto de equilibrio y flujo de caja), se efectúa la evaluación financiera el valor actual neto, período de recuperación de capital, relación beneficio costo, tasa interna de retorno, y análisis de sensibilidad (incremento en los costos y disminución en los ingresos) al proyecto de investigación propuesto.

Finalmente las **Conclusiones** y **Recomendaciones**, así como la **Bibliografía** lleva la descripción de las fuentes necesarias en el presente proyecto y se concluye con los **Anexos** se encarga en la verificación de los datos e información obtenida mediante toda la

elaboración del proyecto, **Índice** aquí se detalla el contenido del proyecto especificando con números y páginas.

d. Revisión de Literatura.

Marco referencial

Helados de Maní

Es un postre congelado y sabroso resultado de la mezcla de varios ingredientes como: leche entera, maní, azúcar y leche en polvo, con un alto grado de valor nutritivo, favorables para la salud acompañado de un buen sabor y contingencia cremosa.

Consistencia Cremosa: Esta denominación está reservada para un producto que conforme a la definición general, contiene en masa como mínimo un 8% de materia grasa exclusivamente de origen lácteo y como mínimo un 2,5% de proteínas exclusivamente de origen lácteo.

Historia y evolución del helado

El origen de los helados es muy antiguo. Según la historia los antiguos romanos utilizaban nieve, frutas y miel para preparar este refrescante postre. Otros con igual convicción, señalan que los chinos, muchos siglos antes de Jesucristo, ya mezclaban la nieve de las montañas con miel y frutas.

La verdad es que los conocían y disfrutaban, los chinos, turcos, árabes y romanos. Según los libros en la corte de Alejandro Magno, se enterraban ánforas en la nieve que contenían frutas mezcladas con miel, en la nieve, para conservarlas lo mejor y se servían heladas. Obviamente la elaboración de los helados no era sencilla, ya que era imprescindible disponer de nieve y de los medios para conservar la temperatura. Esto hacía de los helados un placer para pocos, solo disfrutaban de él Reyes y las personas privilegiadas de esa época. Se sabe que los helados llegaron a Francia, cuando Catalina de Médicis se casó con Enrique II. A Inglaterra, en cambio, llegaron de la mano de un cocinero francés que

servió que la corte y que inventó una receta incorporaba leche a los helados, el producto era mucho más rico y se cuenta que el Rey le dio una gran recompensa para que reservase la fórmula únicamente para el uso de la mesa real. Pese a ello la fórmula se conoció en todos los países. En la corte del rey francés Luis XIV hacia el año 1600 se presentó el helado con esas características en la alta sociedad. De esa época viene la polémica entre los médicos y otros expertos sobre si el helado es bueno o no para la digestión.

También en ese entonces, el año 1660, el italiano Procopio inventó una máquina que homogeneizaba, similar a la que hoy conocemos Procopio, abrió en París el “Café Procopé” donde además de café se servían helados, así se popularizó el delicioso postre. Por muchos años los heladeros italianos guardaron celosamente el secreto de preparación de los helados.

Hacia 1700, los helados llegaron a América del Norte y se hicieron populares en Estados Unidos. En 1846, Nancy Johnson, una norteamericana, inventó la primera heladora automática, con lo que puso la base para el surgimiento del helado industrial. Unos años después, en 1851, Jacobo Fussel fundó la primera empresa productora de helados, de los Estados Unidos.¹

El Maní

El Maní es una planta con un alto contenido de aceites o grasas y de excelente calidad, en la mayoría de los países consumidores, el maní está en el capítulo de las nueces, junto con las avellanas, los pistachos, las almendras. Por eso debemos identificarlo entre estos riquísimos alimentos.

¹ Mantello, S. (2007). Notas sobre helados, Disponible en: [<http://www.mundohelado.com/helados/historia.htm>].

Generalidades del Maní El Maní es una palabra de origen latino y es el nombre que prima en algunos países de habla hispana para la denominación tanto de la planta como de su fruto y su semilla. Con una participación de 93% de la producción total. Es una importante fuente de proteínas de origen vegetal para consumo humano y animal. Además, genera valiosos ingresos a países en vías de desarrollo, en los que se desarrolla el 90% de la producción mundial.

Productos a base de maní

- Mantequilla de maní
- dulces y bocadillos
- se utiliza para sopas y salsas.
- La torta prensada de maní contiene 40-50% de proteína.
- La harina de maní sirve para el enriquecimiento proteínico de alimentos.
- El 40% de la producción mundial se utiliza para el procesamiento de aceites.

Atributos importantes propiedades sobre la salud tales:

- Prevención de cáncer
- Enfermedades cardiovasculares.
- Es fuente natural de Proteínas.
- Tiene un alto contenido de grasas insaturadas que reduce los niveles de colesterol en sangre.

Valor energético.

1. Carece de colesterol y tiene fitosteroles que contribuyen a bajar los niveles de colesterol en sangre.
2. Tiene un buen balance de aminoácidos esenciales.

3. Tiene abundante cantidad de vitamina E.

4. Aporta minerales.²

Cuadro No.1
Tabla Nutricional del Maní

SUSTANCIA	CANTIDAD
Humedad g	5-6
Proteína g	25-26
Grasa g	48-49
Carbohidratos g	8-9
Fibra Cruda g	7
Sodio mg	5
Potasio mg	700
Calcio mg	60
Fosforo mg	370
Vitamina A mg	3
Vitamina E mg	10
Vitamina B1 mg	0.8
Vitamina B2 mg	0.2

Fuente: Nuevo Manual de Industrias Alimentarias. Año: 2001

Elaborado: La Autora.

Leche

La leche es un alimento muy completo, puesto que no solo aporta proteínas de muy alto valor biológico, energía en forma de carbohidratos y grasas cuya cantidad dependerá del tipo de leche consumida, sino que también aporta vitaminas y minerales de gran importancia no sólo para nuestro crecimiento y desarrollo óseo, sino también para una adecuada función muscular y de otros tejidos de nuestro organismo.

Leche en Polvo. Para beberla se debe disolver en agua, conserva las mismas propiedades que la leche natural, nunca tiene al mismo sabor de la leche fresca.

Beneficios de la Leche.

- ✓ Bajas calorías y Gran variedad nutritiva

² MEJIA ROBERT Libro Maní (06 de 08 de 2001). mexico: Mc Werk.

- ✓ Previene la osteoporosis
- ✓ Favorece la formación de nuevos tejidos en el organismo
- ✓ Neutraliza la acidez estomacal
- ✓ Tiene un efecto uricosúrico
- ✓ Promueve el crecimiento de la flora bacteriana intestinal
- ✓ Impide el desarrollo de gérmenes patógenos en el intestino.³

Cuadro No.2
Tabla Nutricional de la Leche

NUTRIMENTOS	LECHE ENTERA
Calorías	586
Carbohidratos (g)	35
Proteínas (g)	35
Grasas (g)	34
Calcio (mg)	1130
Hierro (mg)	3100
Tiamina (mcg)	500
Riboflavina (mg)	1000
Níacina	1200
Vitamina C	10

Fuente: Cultura gastronómica
Elaboración: La Autora.

Marco conceptual

La empresa.- La empresa es una entidad conformada básicamente por personas, aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras; todo lo cual, le permite dedicarse a la producción y transformación de productos y/o la prestación de servicios para satisfacer necesidades y deseos existentes en la sociedad, con

³ VANGUARDIA LIBERAL, (2013). Beneficios de la Leche. Disponible en: [http://www.companiamedica.com/salud_&_belleza/tipos_de_leche.html].

la finalidad de obtener una utilidad o beneficio.

Elementos de la empresa.- Para que cualquier tipo de empresa inicie sus labores esta debe contar previamente con los siguientes recursos.

Humanos.- Las personas dispuestas a trabajar en la empresa, pueden ser; el propietario, amigos, familiares o contratados.

✦ **Materiales.-** Son todos los bienes tangibles con los que contará la compañía en cuestión para poder ofrecer sus servicios tales como: instalaciones (edificios, maquinaria, equipos, oficinas, terrenos, instrumentos, herramientas, entre otros).

✦ **Económicos.-** El dinero con el cual va a implementar la empresa para que funcione en forma permanente. Estos recursos pueden ser aportados por el propietario de la inversión o pedir un crédito.

Fines de la empresa.- Pueden ser: mediatos o inmediatos.

- **Fines Mediatos**, son los que nos llevan a diferenciar la empresa pública de la privada. Empresa privada'. Busca obtener un beneficio económico, mediante la satisfacción de alguna necesidad de orden general o social.
- **Fines Inmediatos**, es la producción de bienes y servicios para un mercado rápido e inmediato.

Objetivos de la empresa.- Las empresas en general tienen los siguientes objetivos

- ✓ Económicos, para obtener ganancias o utilidades
- ✓ Sociales, para contribuir al desarrollo de su comunidad.
- ✓ De Servicio, para prestar un servicio óptimo y de calidad, para una total satisfacción al cliente.
- ✓ De Desarrollo, para crecer, ampliar e innovar sus actividades. ⁴

⁴BACA Gabriel, **Evaluación de Proyectos**, México, Mac Graw Hill, 3ra Edición, 1997

Clasificación de la empresa.- Las empresas se clasifican de acuerdo a dos factores:

De acuerdo a la actividad a la que se dedican:

- **De producción o Industriales,** es aquella organización donde se efectúan las informaciones de materias primas, en productos para ser vendidos.
- **De Comercio,** aquellas donde se adquieren productos que están destinados a la venta.
- **De servicio.-** Aquella en la cual sus integrantes ofrecen su servicio o destreza para llevar a delante actividades útiles a otras unidades, instituciones o personas.

De acuerdo a su tamaño puede ser:

- **Grandes.-** Aquellas que tienen un personal capacitado, tienen especialistas en diferentes ramas, especialmente en la administrativa: tienen varios departamentos y jefes, tienen una planificación adecuada etc.
- **Medianas.-** Es más fácil administrarlas. Es una empresa cuyo crecimiento es impresionante. Se lo confunde con la empresa pequeña y se la identifica con la grande.
- **Pequeñas.-** Es aquella que no cuenta con mucho personal, por lo tanto el jefe se encarga de su manejo. Se trabaja a las órdenes del dueño. No existen verdaderos especialistas en la parte administrativa. El conocimiento y capacidad de los trabajadores es escaso. Resuelven los problemas como se les presentan; es decir sin planificación.⁵

PROYECTOS DE INVERSIÓN.

Definición. Son una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos,

⁵ <http://www.cepyme.clasificaciondelaempresa.ec>

materiales, tecnológicos entre otros. Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal.

Tipos de Proyecto.

- **Proyecto de Inversión Privado.-** Es realizado por un empresario particular para satisfacer sus objetivos. Los beneficios que la espera del proyecto, son los resultados del valor de la venta de los productos (bienes o servicios), que generara el proyecto.
- **Proyecto de Inversión Pública o Social.-** Busca cumplir con objetivos sociales a través de metas gubernamentales o alternativas, empleadas por programas de apoyo. Los terminas evolutivos estarán referidos al termino de las metas bajo criterios de tiempo o alcances poblacionales.

Características de un proyecto de inversión:

- Es un evento único
- Se compone de actividades específicas.
- Está limitado a un presupuesto.
- Utiliza recursos múltiples.
- Tiene un ciclo de vida, con comienzo y fin.

Ciclo de los Proyectos.- El ciclo de un proyecto pasa por distintas etapas que se refieren a la progresión lógica de su avance. Estas etapas son: Pre inversión; Inversión y Operación.

Etapas de 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 éste, 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. Las fases para la pre inversión son:

1. Generación y análisis de la idea del proyecto,
2. Estudio del nivel de perfil
3. Estudio de pre factibilidad
4. Estudio de factibilidad.

Etapas de Inversión. Es el conjunto de estudios detallados para la construcción, montaje y puesta en marcha. La etapa de estudios definitivos, no solo incluye aspectos técnicos del proyecto sino también actividades financieras, jurídicas y administrativas.

Etapas de Operación.- Es la etapa en que el proyecto entra en producción, iniciándose la corriente de ingresos generados por la venta del bien o servicio resultado de las operaciones, los que deben cubrir satisfactoriamente a los costos y gastos en que sea necesario incurrir. Esta etapa se inicia cuando la empresa entra a producir hasta el momento en que termine la vida útil del proyecto, periodo en el que se hará el análisis de evaluación de los resultados obtenidos. ⁶

Estructura del Proyecto de Inversión

ESTUDIO DE MERCADO.

Definición.- Es el diagnóstico de los principales factores que inciden sobre el producto en el mercado, es brindar una idea de las variables y el grado de incertidumbre o riesgo

⁶ SAPAG, Nassir y Sapag Reinaldo (2010), preparación y Evaluación de proyectos, Edición Mc Graw-Hill, Mexico, pag. 25-36

del bien o servicio al ser puesto en el mercado.⁷

Elementos

- Información base
- Producto principal
- Producto secundario
- Producto sustituto
- Producto complementario
- Posibles demandantes
- Estudio de demanda
- Estudio de oferta
- Comercialización del producto
- Análisis de la Situación Base

Información Base. La constituyen los resultados provenientes de fuentes primarias y secundarias que pueden ser externas e internas.

Producto Principal. Es la descripción clara que destaca las características principales del bien o servicio que se piensa colocar en el mercado, para satisfacer las necesidades del consumidor o usuario, tomando en cuenta algunos aspectos que permitan ubicarlos por su naturaleza y uso⁸

Producto Secundario. En esta parte se describen los productos que se obtienen con los residuos de materia prima, cuya producción depende que el proceso lo permita y no

⁷ REYES PONCE, Agustín., **Administración de Empresas.**, Edit, Limusa., México, 1982

⁸ Universidad Nacional de Loja, Módulo X, Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión Empresarial

necesariamente un proyecto puede obtener productos secundarios.

Producto Sustituto. Se refiere a la descripción de los productos que puedan emplazar al producto principal en la satisfacción de la necesidad.

Productos Complementarios. Corresponde a la descripción de los productos que hacen posible la utilización del producto principal.

Posibles demandantes. Es el enfoque de quienes serán los consumidores o usuarios del producto, esto se realiza a través de una adecuada segmentación del mercado.

Segmentación de Mercado.- Es el proceso de dividir el mercado en grupos de consumidores que se parezcan más entre sí en relación con algunos o algún criterio razonable, consiste en dividir el mercado total en grupos más pequeños, más homogéneos. Los mercados se pueden segmentar de acuerdo a varias dimensiones⁹

Demanda.- “Es la cantidad de bienes o servicios que un mercado está dispuesto a comprar para satisfacer una necesidad determinada a un precio dado¹⁰

Clasificación de la Demanda

- **Demanda Potencial.** Se constituye por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto la totalidad del mercado.
- **Demanda Real.** Es la cantidad de bienes o servicios que realmente se consumen o utilizan de un producto en el mercado.

9 Universidad Nacional de Loja, Módulo X, Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión Empresarial

10 BACA Urbina Gabriel. Evaluación de proyectos. PÁG. 7. Resumen.

- **Demanda Efectiva.** Es la cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado y que estarían dispuestos a adquirir a la nueva empresa.
- **Demanda Insatisfecha.** Se constituye por la cantidad de bienes y servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad.

ESTUDIO DE LA OFERTA

La oferta es considerada como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a colocar en el mercado en un momento dado a un precio determinado.

En este punto es vital importancia el investigar sobre la situación de los oferentes de los producto (s) relacionados con el del proyecto, estos constituyen la competencia, por lo tanto es fundamental conocer aspectos tales como su capacidad instalada a efectos si se puede o no incrementar su producción; su producto en sí, para determinar la calidad del mismo, presentación empaque, etc.; su tecnología para saber si se puede mejorar la calidad del producto.

Clases de Oferta:

- **De libre mercado.** Es aquél donde sí interviene la actuación del público que puede decidir si compra o no un bien o servicio por cuestión de precio, calidad, volumen o lugar.
- **Oligopólica.** Cuando existe un cierto número restringido de oferentes, que se ponen de acuerdo entre ellos para determinar el precio de mercado.
- **Monopólica.** Se denomina también de especialización, en donde uno solo es oferente en una localidad, región o país, lo cual le permite imponer los precios en

función de su exclusivo interés, sin tener que preocuparse por la competencia.¹¹

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

El plan de comercialización es un proceso de mucha importancia para la realización del proyecto, puesto que permite llegar hacia los consumidores y así poder satisfacer sus necesidades. Dentro de la comercialización se analizan los parámetros importantes del mercado, orientándolo siempre a la satisfacción de los consumidores tomando en consideración en cuanto se refiere al producto, marca, precio, plaza, publicidad y promoción.

MARKETING MIX

Se denomina marketing mix, a las herramientas o variables de las que dispone el responsable de la mercadotecnia para cumplir con los objetivos de la empresa. Son herramientas que utiliza la empresa para implantar las estrategias de marketing y alcanzar los objetivos establecido. Estas herramientas son conocidas también como las cuatro P.¹²

➤ El Producto

Son los bienes y servicios que dispone el mercado para satisfacer necesidades los bienes son tangibles y los servicios intangibles

➤ Precio

Para determinar el precio se lo realizara mediante el previo análisis de los costos totales que involucra la prestación de servicios, también se tomaran en cuenta los precios

¹¹ Mora, Manuel. Enrique Pasaca. (2004). Estudio de la oferta y tipos de la oferta. Pag. 48-49 Loja.

¹² HERNÁNDEZ, Cesáreo; **“Plan de Marketing Estratégico”**, Guía práctica para elaborarlo paso a paso, Gestión 2000

establecidos en el mercado competente, el mismo que se agregara el margen de utilidad legalmente establecido

➤ **La plaza**

Es un espacio urbano público amplio y descubierto en el que se suelen realizar una variedad de actividades, representa por las transmisiones de bienes, servicios y vendedor hacia el usuario o consumidor para ello se utilizará el canal de distribución más adecuado.

➤ **La publicidad**

Es una técnica de comunicación comercial que intenta fomentar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación.¹³

ESTUDIO DE TÉCNICO

El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, se determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones la organización requerida para realizar la producción.¹⁴

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

Tamaño de la Empresa

- **Capacidad del sistema:** es el nivel de producción de servicios que una empresa puede ofrecer en base a las especificaciones técnicas de los equipos que utiliza.

¹³ Edilberto, M. (2013). Evaluación de Proyectos, 3ª edición, Quit. quito: Centro de Reproducción Digital, pag.52

¹⁴ BOYA Harper W; Westfall Ralph; “**Investigación Técnico**”; grupo Noriega Editores; 1993

- **Capacidad organizacional:** es el volumen o nivel de producción o de servicios que en condiciones normales una empresa puede ofrecer con base en sus procesos y organización.
- **Producción real:** es el volumen o nivel de producción o servicios que una empresa realmente alcanza teniendo en cuenta los eventos, contingencias situaciones que con frecuencia se puede presentar que afecta el resultado, por ejemplo: accidentes, errores técnicos o humanos, daños, varada de una máquina.¹⁵

a) **Capacidad Teórica**

Es aquella capacidad diseñada para el funcionamiento de la maquinaria, su rendimiento óptimo depende de algunos factores propios como la temperatura, altitud, humedad, etc; que componen el medio ambiente en que se instala. Esta capacidad se denomina teórica por cuanto una vez salida de fábrica la maquinaria es muy difícil que se pueda instalar en lugares que se reúnan las mismas condiciones en las que fue diseñada y construida.

b) **Capacidad instalada**

Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado. Está en función de la demanda a cubrir durante el periodo de vida de la empresa.

Se mide en el número de unidades producidas en una determinada unidad de tiempo.

c) **Capacidad Utilizada**

Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de la demanda que se desea cubrir durante

¹⁵ Gabriel., B. U. (1992 (17/06/3013)). TAMAÑO DE LA EMPRESA. En B. U.

un periodo determinado. En proyectos nuevos esta normalmente es inferior a la capacidad instalada en los primeros años y generalmente luego de transcurrido medio periodo de vida de la empresa esta se estabiliza y es igual a la capacidad instalada.

d) Capacidad Financiera

Para cualquier tipo de proyectos empresarial es importante el analizar las condiciones económico-financieras de que se dispone para ello, esto significa el determinar la capacidad para financiar la inversión, sea con capital propio o mediante crédito, para ello es de vital importancia el conocer el mercado financiero. Cuando no es posible conseguir el financiamiento total para la inversión, si la situación lo permite, la fase de implementación podría hacerse por etapas.¹⁶

Localización

El estudio de localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto, contribuyen a minimizar los costos de inversión los costos y gastos durante el período productivo del proyecto. El objetivo que persigue es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio. Esta parte es fundamental y de consecuencias de largo plazo, ya que una vez emplazada la empresa, no es cosa posible cambiar de emplazamiento.¹⁷

¹⁶ Mora, M. E. (2004). CAPACIDAD TEORICA hasta . En M. E. Mora, Formulación y evaluación de proyectos de inversión (pág. Pág.: 51 hasta 52). Loja.

¹⁷ Chain, n. S. (2007). Localizacion. En n. S. Chain, “preparación y evaluación de proyectos ”, (págs. Páginas: 21,22(copia, análisis)). Santiago(chile): editorial mc graw hill , cuarta edición,

a) Micro localización.

En este punto y apoyados preferentemente en la representación gráfica (planos urbanísticos) se indica el lugar exacto en la cual se implementará la empresa dentro de un mercado local.

b) Macro localización.

Tiene relación con la urbanización de la empresa dentro de un mercado a 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.

c) Factores de localización

Constituyen todos aquellos aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa, entre estos factores tenemos: abastecimiento de materia prima, vías de comunicación adecuadas, disponibilidad de mano de obra adecuada, servicios básicos indispensables (agua, luz, teléfono, alcantarillado, etc.), y; fundamental el mercado hacia el cual está orientado el producto.¹⁸

INGENIERÍA DEL PROYECTO

Esta parte del estudio tiene como función el acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver fundamentalmente con la construcción de la nave industrial, su equipamiento y las características del producto de la empresa. El objetivo de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con: instalación y funcionamiento de la planta, indicando el proceso productivo así como la maquinaria y equipo necesario.

¹⁸ Fernando, L. (2013). estudio tecnico. Mexico: Mc Hiill.

a) Componente Tecnológico

Consiste en determinar la maquinaria y equipos adecuados a los requerimientos del proceso productivo y que esté acorde con los niveles de producción esperados de acuerdo al nivel de la demanda a satisfacer. Para su determinación es punto clave la información sobre la demanda insatisfecha y su porcentaje de cobertura.

La tecnología debe responder a ciertas condiciones propias de mercado, pues la misma no deberá ser muy alta (tecnología de punta) ni elemental para el proceso, ya que; se debe evitar por un lado el desperdicio de capacidad instalada y por otro debe considerarse la posible expansión de la unidad productiva.

b) Infraestructura Física

Se relaciona exclusivamente con la parte física de la empresa, se determina las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa. En esta parte el estudio debe siempre contarse con el asesoramiento de los profesionales de la construcción; al igual que la tecnología debe guardar relación con el mercado y sus posibilidades de expansión.

c) Distribución de la Planta

La distribución del área física así como la maquinaria y equipo debe brindar las condiciones óptimas de trabajo, haciendo más económica la operación de la planta, cuidando además las condiciones de seguridad industrial para el trabajador

- Control, todos los componentes necesarios para el proceso deben permitir su control para el trabajo armónico.

- Movilización, todas las actividades deben ser ejecutadas permitiendo la libre circulación de personal, sin interrumpir otras operaciones.
- Distancia, el flujo de operación secuencial debe realizarse utilizando los tiempos adecuados sin ocasionar demoras debido a la distancia entre los recursos utilizados para las operaciones.
- Seguridad, toda operación debe ejecutarse en condiciones que garantice la máxima seguridad al trabajador.
- Espacio, el espacio de trabajo debe ser considerado no solo en las dimensiones, sino en forma tridimensional, esto es largo, ancho y alto.
- Flexibilidad, la distribución debe ser de tal forma que pueda reajustarse cuando las condiciones lo requieran, sin entorpecer o imposibilitar el trabajo.
- Globalidad, la distribución debe permitir la integración de todos los componentes del proceso en un mismo ambiente.¹⁹

d) Proceso de Producción

Esta parte describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto o generara el servicio, es importante indicar cada una de las fases del proceso aunque no al detalle, pues en muchos casos aquello esto constituye información confidencial para manejo interno.

d1) Diseño del producto

El producto originando del proyecto debe ser diseñado de tal forma que reúna todas las características que el consumidor o usuario desea en el para lograr una completa satisfacción de su necesidad, para un diseño efectivo del producto debe considerarse

¹⁹ URBINA, B. ((1992)). Evaluación de Proyectos Editorial 4ta edición. Mexico: Mc Graw Hill.

siempre los gustos y preferencias de los demandantes, entre ellos indicando las principales características del mismo tales como: estado, color, peso, empaque, forma, ciclo de vida, etc.

- Unidad de medida
- Tiempo de vida, etc.

d2) Flujo grama de Proceso

El flujo grama constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta el proceso de producción. Los flujo gramas de proceso difieren significativamente en cuanto a su preparación ya que no existe ni puede admitirse un esquema rígido para su elaboración el mismo es criterio de proyectistas y en el mismo puede utilizar su imaginación; lo que debe quedar claro es que el flujo grama debe mostrar las actividades y su secuencia lógica.²⁰

DIAGRAMA DE FLUJOS DE PROCESOS

Se describen los diferentes tipos de actividades dentro del proceso productivo, de manera sencilla y entendible para la obtención de un producto terminado de calidad.

A continuación se describe los símbolos convencionales de aceptación universal en el flujo grama.²¹

²⁰ Manuel Enrique Pasaca Mora libro FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION, flujo grama de procesos pag. 57

²¹ QUEZADA GONZALEZ, Miguel Aurelio, Diseño y Evaluación de Proyectos, Universidad Técnica Particular de Loja, Modalidad Abierta, Loja-Ecuador, 2006,

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Estructura Organizativa

a) Base Legal

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

1. Acta constitutiva

Es el documento certificador de la conformación legal de la empresa, en la que se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.

2. La razón social o denominación

Es el nombre bajo el cual la empresa operara, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la ley.

3. Domicilio

Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicara en caso de requerirlo clientes u otra persona natural o jurídica.

4. Objeto de la sociedad

Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir o generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.

5. Capital social

Debe indicarse cual se el monto de capital con que inicia sus operaciones la nueva

empresa y la forma como este se ha conformado.

6. Tiempo de duración de la sociedad

Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para que tiempo o plazo operara.

7. Administradores

Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o de una persona que será quien responda por las acciones de la misma.

8. Estructura empresarial

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

b.1. Niveles Jerárquicos de Autoridad

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

- **Nivel Legislativo – Directivo.-** Representa el máximo nivel de dirección de la empresa y se encuentra representado por la junta general de socios. Su función principal es la de legislar sobre la política de la organización, reglamentos, ordenanzas, políticas, resoluciones.
- **Nivel Ejecutivo.-** Este nivel está representado por el gerente, y se toman decisiones sobre actividades básicas que garanticen el buen desempeño de la empresa.
- **Nivel Asesor.-** En este nivel se aconseja, informa y preparan proyectos de materia jurídica, técnica, contable y de las demás áreas que es estén asesorando. En la empresa está representada por el abogado y el ingeniero e industrias.
- **Nivel Auxiliar.-** En este nivel se presta ayuda a otros niveles administrativos, está representado en la empresa por la secretaria.
- **Nivel Operativo.-** Se encuentra representado por los jefes departamentales de producción y ventas. Este nivel es el responsable de materializar los objetivos de la empresa.²²

ORGANIZACIÓN

Organigramas

Se define como la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas y debe reflejar en formas esquemática la descripción de las unidades que

²² Manuel Enrique pasaca Mora, (2004). Estudio Administrativo. libro, Formulación y evaluación de proyectos de inversión (pág. pag 58 hasta 60). LOJA.

la integran, su respectiva relación niveles jerárquicos y canales formales de comunicación, en líneas de autoridad supervisión y asesoría. Los organigramas más utilizados dentro de las empresas son

- **Organigrama Estructural:** Representa el esquema básico de una organización, lo cual permite conocer de una manera objetiva sus partes integrantes es decir sus unidades administrativas, la relación de dependencia que existe entre ellas permitiendo apreciar la organización de la empresa como un todo.
- **Organigrama funcional:** Es una modalidad de lo estructural y consiste en representar gráficamente las funciones principales básicas en la unidad administrativa.
- **Organigrama de posición:** Sirve para representar la distribución del personal en las diferentes unidades administrativas, se indica el número de cargos la denominación del puesto y la clasificación, se puede incluir la remuneración y aun el nombre del empleado.²³

Manual de Funciones.

Aunque la formulación de un proyecto no es aspecto propietario el detallar los puestos de trabajo ni las funciones a cumplir, puesto que esta parte de la normativa interna y sus regulaciones son de competencia de los inversionistas, es importante el plantear una guía básica sobre los cuales los inversionistas establezcan sus criterios de acuerdo a sus intereses.

²³ kotler, p. (2013). "dirección de la mercadotecnia organigramas (análisis, planeación, implementación y control) 7ma edición. México.: prentice hall hispanoamericana s.a. naucalpan de Juárez. Edo.

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

- ❖ Relación de dependencia (Ubicación interna)
- ❖ Dependencia Jerárquica (Relaciones de autoridad)
- ❖ Naturaleza del trabajo
- ❖ Tareas principales
- ❖ Tareas secundarias
- ❖ Responsabilidades
- ❖ Requerimientos para el puesto

El proporcionar toda la información permite al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo.²⁴

FORMATO PARA EL MANUAL DE FUNCIONES

CÓDIGO: 001

TÍTULO DEL PUESTO:

NIVEL JERÁRQUICO:

SUPERIOR INMEDIATO:

SUPERVISA A:

REQUISITOS: Educación y Experiencia.

EXPERIENCIA:

NATURALEZA DEL TRABAJO: Operatividad el proceso administrativo en el ámbito

²⁴ Mora, M. E. (2009). Manual de Funciones. En M. E. Mora, Formulación y evaluación de proyectos de inversión (pág. Pág.: 63 hasta 64). LOJA.

de la gestión empresarial. Se refiere a las principales características sobre la ejecución en el puesto de trabajo

FUNCIONES PRINCIPALES: Se incluye en detalle las funciones que se debe desempeñar normalmente dentro de su puesto de trabajo, se refiere a las actividades que debe cumplir diariamente y en las cuales se basa su nivel de gestión empresarial.

FUNCIONES SECUNDARIAS: Se refiere aquellas actividades que debe cumplir ocasionalmente en determinados espacios de tiempo y son resultantes de las funciones principales como por ejemplo presentar informes a los directivos de la empresa, lo cual no puede ni debe hacerse diariamente.

ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO

✓ Análisis Económico

El Análisis económicos pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración ventas, así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica.²⁵

✓ Estudio Financiero.

El estudio financiero es una síntesis cuantitativa que demuestra con un margen razonable de seguridad, la realización de proyecto con los recursos programados la capacidad de pago de la empresa. La metodología para medir la rentabilidad de un proyecto, la estructura financiera futura de una empresa, tanto en un entorno de estabilidad

²⁵ Gabriel, B. U. (2011). "proyectos". En B. U. Gabriel, "proyectos" (pág. Pág. 160). McGraw Hill Interamericana.

económica como inflación, considera los precios costos constantes, a menos que se indique lo contrario.

También es importante conocer detalle de los diferentes criterios para estimar los recursos financieros necesarios a fin de estructurar el capital de trabajo requerido para operar el proyecto.²⁶

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

Inversiones

Son los gastos que se generan para aumentar la riqueza futura y posibilitar un crecimiento de la producción. Mediante una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios.

Las inversiones pueden clasificarse en tres categorías: Activos Fijos, Activos Diferidos y Capital de Trabajo.²⁷

a. ACTIVOS FIJOS

Representa la inversión que se realizan en tiempos tangibles que se utilizaran en el proceso productivo o son el complemento necesario para la operación normal de la

²⁶ Eliseo, o. J. (2009). Formulación y evaluación de proyectos. En o. J.

²⁷ Cordova, m. (2011). Inversiones formulación y evaluación de proyectos.

empresa. Entre esta clase de activos tenemos: los terrenos, obras físicas, equipamiento de planta y la dotación de los principales servicios básicos.

a.1. Terreno

a.2. Construcciones

a.3. Maquinaria y Equipo

a.4. Equipos de Oficina

a.5. Muebles y Enseres

a.6. Vehículo

b. ACTIVOS DIFERIDOS

Bajo esta denominación se agrupan los valores que corresponden a los costos ocasionados en la fase de formulación e implementación del proyecto, antes de entrar en operación

- ✓ Marcas
- ✓ Patentes
- ✓ Crédito mercantil
- ✓ Franquicias

c. ACTIVOS CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

Con esta denominación se designan a los valores en los que se deben incurrir para dotar a la empresa de todos los componentes que hagan posible laborar normalmente durante un periodo de tiempo establecido, permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas. El capital de operación se lo establece normalmente para un periodo de tiempo en que se espera que la empresa empiece a obtener ingresos provenientes de la venta de los productos o servicios originados.

- Materia prima directa
- Mano de obra directa
- Materia prima indirecta
- Mano de obra indirecta
- Gastos generales de fabricación
- Gastos de administración
- Gastos de ventas
- Gastos financieros

d. FINANCIAMIENTO

Una vez conocido el monto de la inversión se hace necesario buscar las fuentes de financiamiento, para ello se tiene dos fuentes:

1. **Fuente Interna:** Constituida por el aporte de los socios
2. **Fuente Externa:** Constituida normalmente por las entidades financieras estatales y privadas.²⁸

e. DEPRECIACIONES

Depreciación es una deducción anual del valor de una propiedad, planta o equipo durante la etapa de operación de la empresa hace que sufran desgaste o pierdan vigencia y por lo mismo pierdan sus características de funcionalidad y operatividad, que su utilización deje de ser económicamente conveniente para los intereses para la empresa.²⁹

²⁸ Mora, Manuel. Enrique pasaca. (2004). Formulación y evaluación de proyectos de inversión. Activos fijos hasta fuentes de financiamiento (pág. Pág.: 64 hasta 69). loja.

²⁹ Augusto, Cesar. (2008 (pag 27)). Administración de Empresas. Loja-Ecuador: ALARCON.

ANÁLISIS DE COSTOS

Para este análisis nos valemos de 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 producir y generar un bien o un servicio.

Costo de producción o fabricación

Para determinar este costo se debe considerar todos los rubros o elementos que intervienen en la obtención de la programación de la producción, también se incluyen las depreciaciones y amortizaciones, así como los gastos financieros. Este costo está formado por el costo de producción y el costo de operación (gastos administrativos, de ventas, financieros y otros gastos)³⁰

➤ Costo Primo

Estos costos están calculados en base a un programa de producción determinado, tomando en cuenta los factores técnicos, humanos y materiales.

Elementos

- Materia prima directa
- Mano de obra directa
- Materia prima indirecta
- Mano de obra indirecta

➤ Costo general de fabricación

Se los denomina costos por cuanto al igual que la materia prima como la mano de obra,

³⁰ Eliseo, Ocampo. Jose. (año 2010). Pag.14 edicion 4 Formulación y Evaluación de Proyectos.

se capitalizan al inventario de productos terminados. Representan todos aquellos valores indirectos que no se pueden cargar a unidades de costo o trabajo especial, dicho valores provienen generalmente:

- ✓ Arriendo
- ✓ Suministros de Trabajo
- ✓ Depreciación de Vehículo
- ✓ Depreciaciones
- ✓ Servicios básicos etc

COSTO DE OPERACIÓN

Comprende los gastos administrativos, financieros, ventas y otros no especificados.

➤ **Gastos de Administración**

Son los gastos necesarios para desarrollar las labores administrativas de la empresa, entre estos tenemos: Remuneraciones, Suministros de oficina, depreciación mueble y equipos de oficina.

➤ **Gastos financieros**

Se incluyen bajo este rubro los valores correspondientes al pago de los intereses y otros rubros ocasionados por la utilización del dinero proporcionado en calidad de préstamo, comisiones bancarias.

➤ **Gastos de Ventas**

Bajo este rubro se incluyen los valores correspondientes al pago por concepto de actividades que se realizan para asegurar la venta del producto, entre estos tenemos: Propaganda, promoción, comisión a vendedores, transporte carga, descarga, etc.

COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN

La determinación de costo, constituye la base para el análisis económico del proyecto, su valor índice directamente en la rentabilidad y para su cálculo se considera ciertos elementos en los que tenemos:

- Costo de fabricación
- Gastos administrativos
- Gastos financieros
- Gastos de ventas y otros gastos

$$\text{FORMULA: } CTP=CP+CO$$

Nomenclatura:

CTPU=Costo Total de Producción

CP= Costo de producción

CO= Costo de Operación

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN

El costo unitario de producción es aquel costo que se determina tomando encuentra el costo total de producción dividida por el número de unidades producidas anuales

Formula: $CUP=CTP/\text{número de unidades.}$

DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA

Para la determinar el precio de venta se procede a multiplicar el costo unitario de producción por las unidades producidas.

Formula: $PVP=CUP * \text{Margen de utilidad.}$

PRESUPUESTOS PROYECTADOS (COSTOS E INGRESOS)

Es un instrumento financiero clave para la toma de decisiones en el cual se estima los ingresos que se obtendrá en el proyecto como también en los costos en que se incurrirá, el presupuesto debe constar necesariamente de dos partes, los ingresos y egreso. Es el instrumento clave para planear y controlar.

Para la fase de operación de un proyecto es importante estimar los ingresos y los egresos que se ocasionarán a fin de tener cierta información básica que permita adoptar las decisiones necesarias.³¹

ESTADOS FINANCIEROS

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El estado de pérdidas y ganancias es un documento contable que muestra detallada y ordenadamente la forma en la que se a obtenido la utilidad o la pérdida en un periodo determinado por actividades ordinarias y extraordinaria. Desde el punto de vista financiero, reviste una importancia fundamental el determinarla correspondencia del ingreso, costo y gasto en diferentes periodos.

INGRESOS

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

³¹ pasaca, Manuel. e. ((año 2004)). Costo primo hasta presupuesto proyectado. libro, Formulación y evaluación de proyectos de inversión (pág. pag 70 hasta 78). loja.

EGRESOS

Se forman por la sumatoria de costo primo, costos indirectos de producción, gastos administrativos, gastos de ventas, gastos financieros.³²

PUNTO DE EQUILIBRIO

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

✓ MÉTODO PARA DETERMINAR EL PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio sirve para determinar el volumen mínimo de ventas que la empresa debe realizar para no perder, ni ganar.³³

Formula:

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

✓ PUNTO DE EQUILIBRIO SEGÚN LA CAPACIDAD INSTALADA

Formula

$$PE = \frac{\text{costo fijo total}}{\text{Ventas totales} - \text{costos variables totales}} \cdot X 100$$

³² Lemus, Williams. Jimenez. (2012/ 16/ abril). Estados financieros

³³ Gómez, Giovanni. E. (2001/ Agosto). Analisis Financiero.

Flujo de caja

“Es una herramienta financiera que permite reconocer la verdadera liquidez que tiene la empresa. Permite enfrentar las decisiones sobre la compra de activos o el pago de pasivos. Se consideran los valores correspondientes a depreciaciones y amortizaciones del activo diferido como valores que incrementan la liquidez empresarial, toda vez que ellos no signifiquen egresos durante el ejercicio económico. En el campo Financiero el flujo de caja permite calcular los indicadores del valor actual neto y tasa interna de retorno que son los que permiten tomar una decisión a cerca de la inversión a realizar.”³⁴

EVALUACION FINANCIERA

Valor Actual Neto

Valor Presente Neto es la diferencia del valor actual de la Inversión menos el valor actual de la recuperación de fondos de manera que, aplicando una tasa que corporativamente consideremos como la mínima aceptable para la aprobación de un proyecto de inversión, si se obtiene el valor actual neto positivo indica que la tasa interna de rendimiento excede el mínimo requerido, y si es negativo señala que la tasa de rendimiento es menor de lo requerido y, por tanto, está sujeto a rechazo.

Formula:

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

$$\text{VAN} = \sum \text{Flujo neto actualizado} - \text{inversión}$$

³⁴ SAPAG CHAIN, N. (. 2008). NACIONAL DE LOJA. Administración Financiera, Guía Didáctica para la Carrera de Administración de Empresas. Módulo VI.. Administración Financiera. Loja-Ecuador.

Tasa Interna de Rendimiento (TIR)

La Tasa Interna de Retorno (T.I.R.) como la verdadera tasa a la cual una inversión es recuperada por los ingresos generados por un proyecto. Es aquella tasa a la cual los ingresos incrementales que se esperan de un proyecto tienen un valor descontado exactamente igual al valor descontado de todos los egresos de fondos incrementales en que hay que incurrir para encarar un determinado proyecto.³⁵

Formula:
$$TIR = T_m - D_t \frac{(VAN \text{ menor})}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}}$$

Periodo de Recuperación

El periodo de recuperación es el tiempo requerido para que una empresa recupere su inversión inicial en un proyecto, y se calcula a partir de los flujos positivos de efectivo. Por lo general el periodo de recuperación se ve como una técnica poco refinada de preparación de presupuestos de capital, porque no considera de manera explícita el valor del dinero en el tiempo.³⁶

Formula:

$$PRC = \text{Año en que se recupera la inversión} + \frac{\text{inversión} - \text{Primeros flujos act}}{\text{Flujo neto del año que supera inversión}}$$

Relación Beneficio/costo

Para la determinación de la relación beneficio costo B/c se relaciona los ingresos actualizados frente a los costos actualizados que se producirán durante el periodo del

³⁵ Solomon, E. estudio financiero Tasa Interna de Retorno ((2010)).

³⁶ Gitman, (2006) Principios de Administración Financiera (pág. Pág. 342 capítulo 9 Décima Edición).

proyecto.³⁷

Formula:

- ✓ B/C es mayor a uno el proyecto se desarrolla.
- ✓ B/C es menor a uno el proyecto se rechaza.
- ✓ B/C es igual a uno es indiferente realizar el proyecto.

4.9.11.6. Análisis de Sensibilidad

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

“El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro, siendo los ingresos los costos las variaciones más sensibles a un incremento o disminución de los precios.”³⁸

Los elementos para decidir son:

- ✓ Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que 1 el Proyecto es sensible.
- ✓ Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que 1 el proyecto no es sensible.
- ✓ Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual que 1 el proyecto o sufre ningún efecto.³⁹

³⁷ Gitman, Lawrence. J. (2012). Principios de Administración . Loja: Décima Edición.

³⁸ Guía de Estudio del IX Módulo de la Universidad Nacional de Loja. Evaluación de proyectos. Loja-Ecuador. Año 2004. Pág. 45-46.

³⁹ Mora, Manuel. Enrique. (2004). Analisis de sensibilidad.Libro, formulacion y evaluacion de proyectos de inversion (Pag.95).

❖ **Análisis de sensibilidad con el incremento de los costos**

Formula:

1) Diferencia de tir

Diferencia Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

2) Porcentaje de variación

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

3) Sensibilidad

Sensibilidad. = % Var./ Nueva Tir

❖ **Análisis de sensibilidad con la disminución de los ingresos**

Formula:

1) Diferencia de tir

Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

2) Porcentaje de variación

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

3) Sensibilidad

Sensibilidad = % Var./ Nueva Tir

e. Materiales y Métodos

Para el desarrollo del presente proceso de investigación se tomó en consideración, algunas técnicas y métodos que han permitido recolectar información real de diversas fuentes, y así desarrollar con datos reales de diversas fuentes, y así desarrollar con datos reales el presente proyecto aplicando los materiales, métodos y técnicas se detalla a continuación:

MATERIALES

A Continuación se detalla los materiales que se utilizaron en el transcurso del desarrollo del presente trabajo de investigación.

EQUIPOS DE OFICINA

- Computadora
- Impresora
- Flash memory
- Calculadora

SUMINISTRO DE OFICINA

- Papel
- Perfiles, carpetas
- Esfero
- Libreta de apuntes

MÉTODOS

Los métodos aplicados en el presente trabajo investigativo se detallan a continuación:

Método deductivo

Se lo utiliza para describir y analizar los conceptos generales referentes a la elaboración de proyectos y de esa manera contribuye en la determinación de la bibliografía necesaria para la realización del trabajo investigativo. Además permitió la descripción que antecedentes generales del producto que se pretende ofrecer y el mercado al que se va a cubrir, de igual forma permite determinar la problemática y necesidad de implementación de la empresa de helados de maní para la ciudad de catamayo.

Método inductivo

Permitió procesar toda la información que se recolectara mediante la aplicación de las encuestas, lo que me ayudo a conocer y analizar todas las causas que lleva a la necesidad de elaborar un producto, tomando en cuenta los gustos y preferencias de las personas.

Método descriptivo - analítico

Ayudo a determinar cómo se está dando el consumo de helados en catamayo, para lo cual se presenta en la problemática existente, que es el no consumir un postre que ayude a la salud de su organismo, lo que apporto con la idea de implementar la nueva idea del negocio.

TÉCNICAS

Para recolectar datos primarios y secundarios, se aplicó la siguiente técnica:

- **Observación directa**

Permitió determinar aspectos técnicos relacionados con los diferentes procesos para la elaboración de helados de maní y su comercialización, también sirvió como ayuda para determinar la localización de la empresa, además fue utilizada para observar aspectos relacionados con la competencia en cuanto a publicidad, presentación de los helados.

- **Entrevista**

Se elaboró un cuestionario de preguntas para obtener la información por medio del testimonio oral, el mismo que sirvió para obtener datos exactos sobre la oferta de los productos en el mercado en lo relacionado a los helados en la ciudad de catamayo son: Heladerías el tomeñito, yusibeth, helados de coco, catamayo, amadita, yoguth hela, reina de Cisne, el sabor, yesenia.

- **Encuestas**

Conjunto de preguntas tipificadas que fueron aplicadas a las diferentes familias de las parroquias urbanas de la ciudad de catamayo, aplicándose a un total de **394** encuestas. Se utilizó con el fin de obtener información para la realización del estudio de mercado permitiendo determinar la demanda del helado de maní.

PROCEDIMIENTO

Tamaño de la muestra

La fórmula que se utilizó para determinar el tamaño de la muestra para la aplicación de encuestas, es la siguiente:

Formula:
$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

n= Tamaño de la muestra	
N= Población en estudio	24.331
e2= Margen de error	5%

Los Consumidores Finales

La población Urbana del último censo del año 2010 es de **22.697** habitantes según el (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo) **INEC**

Cuadro No.3

Población del Cantón Catamayo

POBLACION 2010	HABITANTES
Urbana	22.697
Rural	7.941
TOTAL	30.638

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo)

Elaborado: La Autora

Para realizar mi proyecto de tesis tomo en cuenta la población Urbana de la ciudad de catamayo, proyectado con la tasa de crecimiento **1.40%**, con un resultado de **24.331** habitantes para el **2015**, los cuales serán nuestros consumidores finales, y así obtenemos la siguiente muestra.

Proyección de la población

Formula de la proyección:

$$P_f = P_o (1 + t)^n$$

$$P_{2015} = 22.697 (1 + 0,014)^5$$

$$P_{2015} = 22.697 (1, 014)^5$$

$$P_{2015} = 22.697 (1, 0719876)$$

$$P_{2015} = \mathbf{24.331}$$

Cuadro N° 4

Proyección de la población

Tasa de crecimiento 1,40

AÑOS	POBLACION
2010	22.697
2011	23.015
2012	23.337
2013	23.664
2014	23.995
2015	24.331

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo INEC)

Elaborado: La Autora.

Segmento familias: Población Urbana **24.331**

N= 24.331

e2= 5%

Formula:

$$n = \frac{24.331}{1 + 24.331 (5\%)^2}$$

$$n = \frac{24.331}{1 + 24.331 (0,0025)}$$

$$n = \frac{24.331}{1 + 60,83}$$

$$n = \frac{24.331}{61,83} = 394 \text{ Muestra}$$

El número de encuestas que se aplicó para determinar la demanda del producto será de **394** encuestas.

Además para poder determinar la cantidad de negocios que ofertan helados en la ciudad se aplicó una corta entrevista en sitios de expendio de helados como, heladerías, tiendas, hosterías en la ciudad de catamayo, para ello se tomó en consideración numero de 10 heladerías del sector en estudio.

Procedimiento:

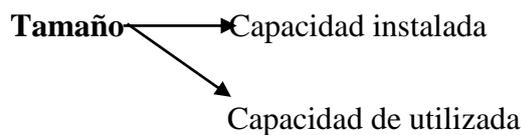
- **Estudio de Mercado**

Demanda: Potencial, real, efectiva y demanda insatisfecha.

Oferta: Proyección de años de vida útil del proyecto.

Plan de comercialización: Producto, plaza, precio, promoción y publicidad.

- **Estudio Técnico**



Localización de la planta: (macro localización y micro localización)

Ingeniería del proyecto: Proceso de producción, balance de materiales, flujo grama, diagrama del proceso de recorrido, requerimientos técnicos, tecnología a utilizar, distribución de la planta, diseño de la planta.

- **Estudio Organizacional**

Legal:

Razón social o denominación: Cía. Ltda.

Capital Aportado

Organizacional:

Niveles jerárquicos

Organigramas

Manual de Funciones

- **Estudio de económico – Financiero.**

Inversiones: (activos fijos, diferidos y capital de trabajo), presupuestos de costos, costos fijos y variables, ingresos del proyecto.

Estados financieros: Estados de pérdidas y ganancias, punto de equilibrio, flujo de caja.

Evaluación financiera: valor actual neto, periodo de recuperación del capital, relación beneficio costo, Tasa interna de retorno, análisis de sensibilidad (incremento de los costos y disminución en los ingresos) en la cual nos ayudó a medir la rentabilidad de la futura empresa.

f. RESULTADOS

ESTUDIO DE MERCADO

Es la primera parte de la investigación formal del estudio, la cual es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de resultados por medio de las encuestas aplicadas a los mismos que permitirán sustentar el trabajo investigativo en mención, serán analizados y procesados mediante herramientas estadísticas, obteniendo como resultados aciertos y complicaciones de un producto o servicio dentro del mercado, a través de este análisis, se podrá encontrar determinar la demanda de los helados de maní en la ciudad de Catamayo. Para el presente estudio tendrá una vida útil de 5 años.

Los helados se constituyen en un artículo de consumo cotidiano en la población e incluso en algunos hogares se suele por costumbre elaborar este producto con materias primas tradicionales.

La demanda de los helados de maní surge de la necesidad de satisfacer las necesidades nutricionales de los consumidores de helados, gozando este producto, a diferencia de los helados tradicionales, de los beneficios nutricionales del maní. El mercado que se enfoca la producción del presente estudio es a las familias de la ciudad de catamayo

TAMAÑO DE LA MUESTRA

La población del presente estudio corresponde al sector urbano de la ciudad de catamayo, por ser los helados un producto de consumo familiar se procederá a segmentar la población urbana en familias

- **Segmento familias:** Población Urbanas **24.331**

Este número de familias corresponde a nuestra población de estudio, para ello se determinara el tamaño de la muestra aplicando la siguiente formula:

Formula:

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

$$n = \frac{24.331}{1 + 24.331 (5\%)^2}$$

$$n = \frac{24.331}{1 + 24.331 (0,0025)}$$

$$n = \frac{24.331}{1 + 60,83}$$

$$n = \frac{24.331}{61,83} = \mathbf{394 \text{ Muestra}}$$

DISEÑO Y APLICACIÓN DE ENCUESTAS Y ENTREVISTAS⁴⁰

Se ha diseñado la encuesta que se aplicó a 394 personas en la ciudad de catamayo, estas encuestas buscan conocer en la población las características de consumo y los clientes potenciales, reales y efectivos que tendría nuestro producto al lanzarlo al mercado.

Así mismo se ha diseñado un formato de entrevistas que se aplicó a los propietarios o administradores de Heladerías que por su naturaleza se dediquen o se puedan dedicarse a la comercialización de helados de maní.

⁴⁰ Formato de Encuestas y entrevistas aplicadas a la ciudad de catamayo población Urbana.

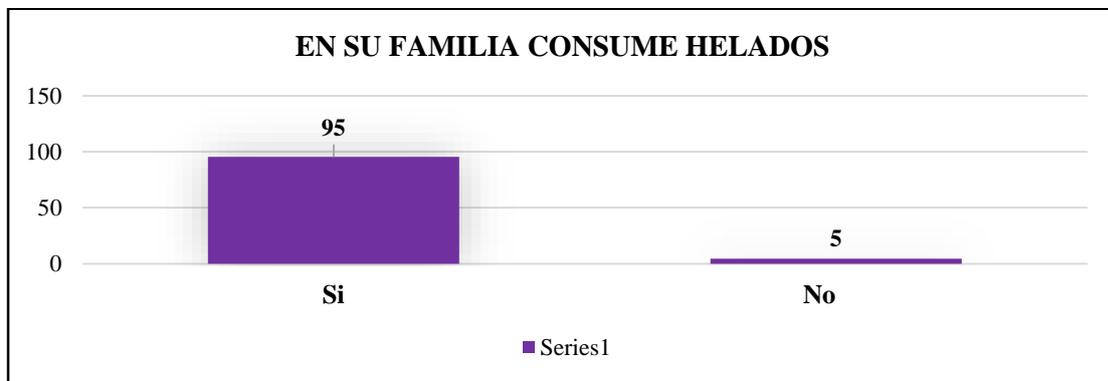
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

PREGUNTA N° 1

¿EN SU FAMILIA CONSUME HELADOS?

Cuadro N° 2:

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	375	95
No	19	5
TOTAL	394	100



FUENTE: ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE CATAMAYO.
ELABORACION: LA AUTORA

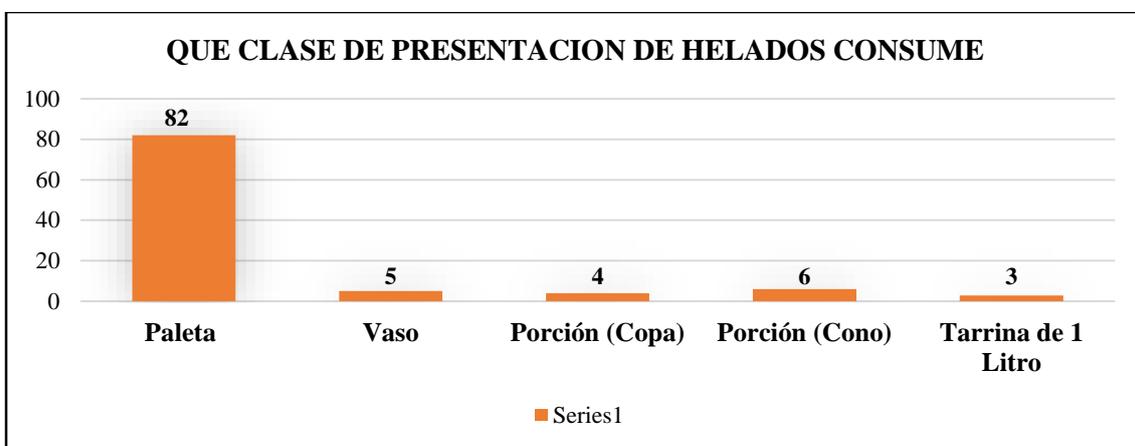
Análisis e Interpretación: Con la finalidad de comenzar a describir los clientes se aplica la siguiente encuesta a las 394 familias de la ciudad de catamayo, y una vez tabulado los resultados se obtiene que 95% de las personas aseguran que si consumen helados, los cuales representan la demanda potencial y 5% de las personas indican lo contrario debido a que prefieren adquirir y consumir otro tipo de bebidas como: ensaladas de frutas, yogurt, bebidas, gaseosas, etc. Por lo cual su opinión en el desarrollo de las preguntas siguientes es indiferente para su tabulación.

PREGUNTA N °2

¿QUÉ CLASE DE PRESENTACIÓN DE HELADOS CONSUME?

Cuadro N° 3:

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Paleta	280	82
Vaso	30	5
Porción (Copa)	24	4
Porción (Cono)	31	6
Tarrina de 1 Litro	10	3
TOTAL	375	100



FUENTE: ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE CATAMAYO.

ELABORACION: LA AUTORA

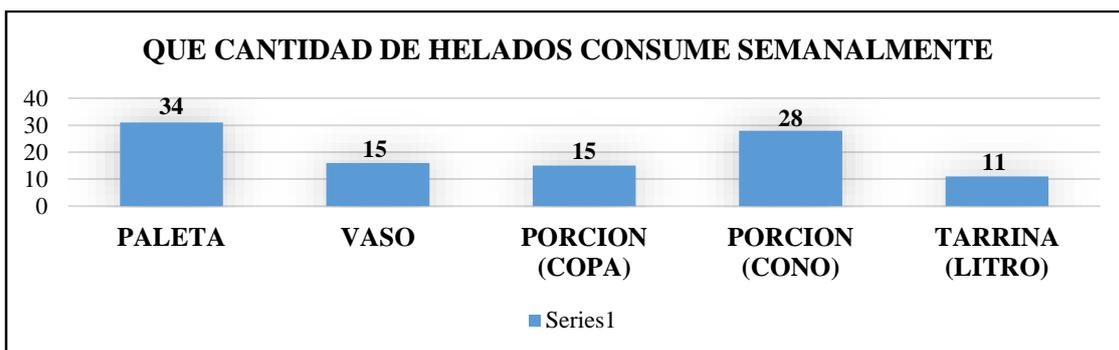
Análisis e Interpretación: Aplicando esta pregunta se busca determinar la presentación del producto que consumen los encuestados, así tenemos que mayoritariamente las familias catamayences, prefieren en paleta por su fácil manipulación de un lugar a otro esto representa el 82%, mientras que el 6% indican porción (cono), prefieren el 5% en vaso porque pueden llevarlo en mano, 4% prefieren en copa por la comodidad al degustarlo sentados en la heladería, el 3% prefieren en tarrina de un litro por cuanto es fácil de llevar a casa y compartir en familia. Estos resultados permiten conocer la demanda real y saber qué tipo de envase del producto consume más y así poder lograr introducirlo y ganar mercado dándole un valor agregado.

PREGUNTA N° 3

¿QUÉ CANTIDAD DE HELADOS CONSUME AL MES?

Cuadro N° 4

DETALLE		FRECUENCIA	PORCENTAJE
Paleta	1 a 3	69	19
	4 a 6	31	9
	7 a mas	10	3
SUBTOTAL		127	34
Vaso	1 a 3	25	7
	4 a 6	19	5
	7 a más	13	3
SUBTOTAL		57	15
Copa	1 a 3	30	8
	4 a 6	18	5
	7 a más	6	2
SUBTOTAL		54	15
Cono	1 a 3	32	9
	4 a 6	51	14
	7 a más	16	4
SUBTOTAL		99	28
Tarrina (litro)	1 a 3	21	6
	4 a 6	10	3
	7 a más	7	2
SUBTOTAL		38	11
TOTAL		375	100



FUENTE: ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE CATAMAYO.

ELABORACION: LA AUTORA

Análisis e Interpretación: De acuerdo a las variables de 1 a 3, de 4 a 6, de 7 a más, las familias encuestadas indican que estarían dispuestas a consumir helados de paleta en un 34%, el 28% en cono, 15% en vaso, 15% en copa y el 11% en tarrina de un litro mensualmente.

N° 4A CONSUMO PER CÁPITA (CONSUMO PROMEDIO)

- a. Se toma de base la pregunta N°3 que es 397 helados mensuales.
- b. Se toma en cuenta el cuadro N°4 a las personas que contestaron afirmativamente que sí consumen helados de Paleta que son 127 personas.
- c. Se divide **397** helados para las **127** personas que adquieren los helados dando un total de **3,13** que es el consumo promedio mensual.
- d. Este consumo promedio mensual **3,13** se multiplica para **12** meses y se obtiene el consumo promedio anual por familia que es de **38** helados.

Cuadro N° 4A

COMPRA PROMEDIO						
Li	Ls	Xm	Fr.	Xm. Fr	Meses	V/ año
1	3	2	86	172	12	2.064
4	6	5	31	155	12	1.860
7		7	10	70	12	840
Total			127	397		4.764
Compra promedio anual						38

Fuente: Cuadro N°4

Elaboración: La Autora

- **Consumo promedio mesual de los Helados de las FAMILIA de la ciudad de catamayo.**

Formula:

$$CPA = \frac{\text{Consumo mensual}}{N^{\circ} \text{ de encuestas}}$$

$$CPA = \frac{397}{127}$$

$$CPA = 3,13 \text{ helados (paleta) mensuales}$$

- **Consumo promedio anual de los Helados de las FAMILIA de la ciudad de catamayo.**

Formula:

$$CPA = \frac{\text{Consumo anual}}{N^{\circ} \text{ de encuestas}}$$

$$CPA = \frac{4.764}{127}$$

$$CPA = 38 \text{ helados (paleta) al Año.}$$

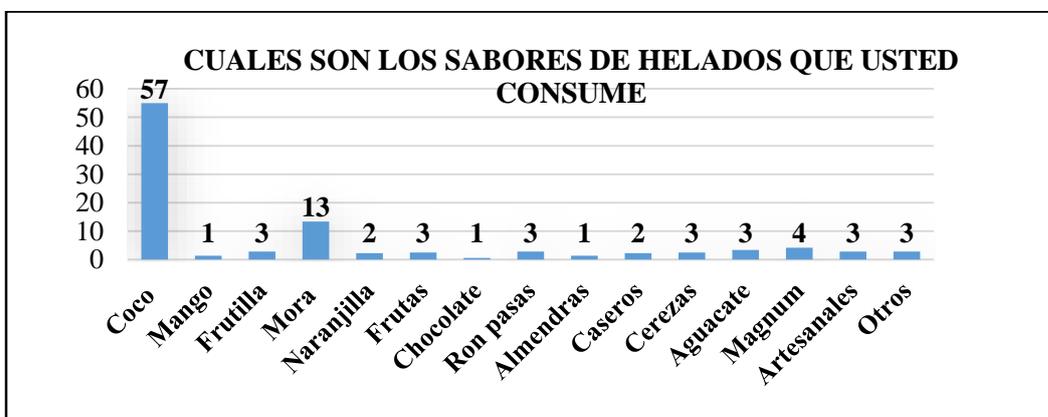
Lo que demuestra que la compra promedio de helados por persona anualmente es de **38** Unidades.

PREGUNTA N°4

¿CUÁLES SON LOS SABORES DE HELADOS QUE USTED CONSUME?

Cuadro N° 5

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Coco	214	57
Mango	5	1
Frutilla	10	3
Mora	48	13
Naranja	8	2
Frutas	9	3
Chocolate	2	1
Ron pasas	10	3
Almendras	5	1
Caseros	8	2
Cerezas	9	3
Aguacate	12	3
Magnum	15	4
Artesanales	10	3
Otros	10	3
TOTAL	375	100



FUENTE: ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE CATAMAYO.

ELABORACION: LA AUTORA

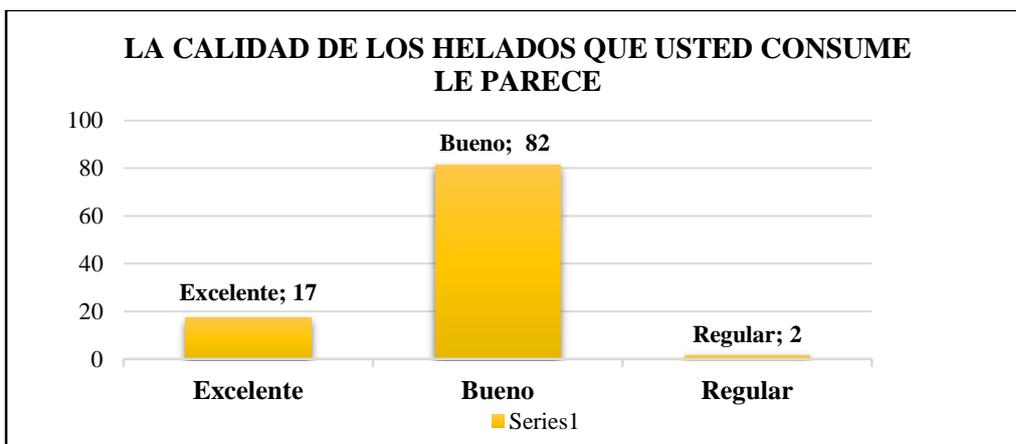
Análisis e Interpretación: De los resultados podemos deducir el 57% de las familias de la ciudad de catamayo prefieren el sabor de coco siendo este porcentaje más de preferencia, 13% mora, 4% mágnum, el 3% de frutilla, frutas, cereza, aguacate, artesanales y otros sabores, el 2% consumen naranja, caseros y 1% consumen helados de mango, chocolate y almendras. Como podemos darnos cuenta que helados de maní no existen en el mercado es un punto a nuestro favor para ingresarlo al mercado para su comercialización.

PREGUNTA N° 5

¿LA CALIDAD DE LOS HELADOS QUE CONSUME LE PARECE?

Cuadro N° 6:

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	62	17
Bueno	307	82
Regular	6	2
TOTAL	375	100



FUENTE: ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE CATAMAYO.
ELABORACION: LA AUTORA

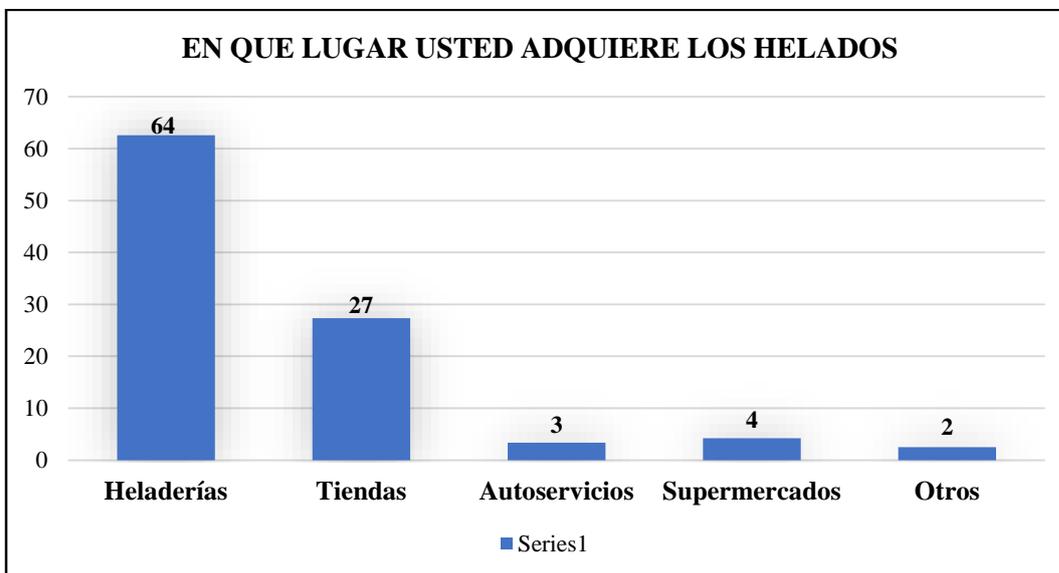
Análisis e Interpretación: El 82% de las familias que adquieren y consumen helados en la ciudad de Catamayo lo consideran de buena calidad siendo este el de mayor significación, el 17% consideran que los helados que consumen es de excelente calidad, y un bajísimo porcentaje como es el 2% lo consideran regular respectivamente. Esto indica que aún en el mercado catamayence, no existe un producto que satisfaga totalmente a los consumidores, haciéndose necesario elaborar un producto que cumpla con las expectativas de calidad de los clientes potenciales, capaz de posicionarlo en el mercado catamayence.

PREGUNTA N° 6

¿EN QUÉ LUGAR USTED ADQUIERE LOS HELADOS?

Cuadro N° 7:

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Heladerías	241	64
Tiendas	98	27
Autoservicios	12	3
Supermercados	15	4
Otros	9	3
TOTAL	375	100



FUENTE: ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE CATAMAYO.

ELABORACION: LA AUTORA

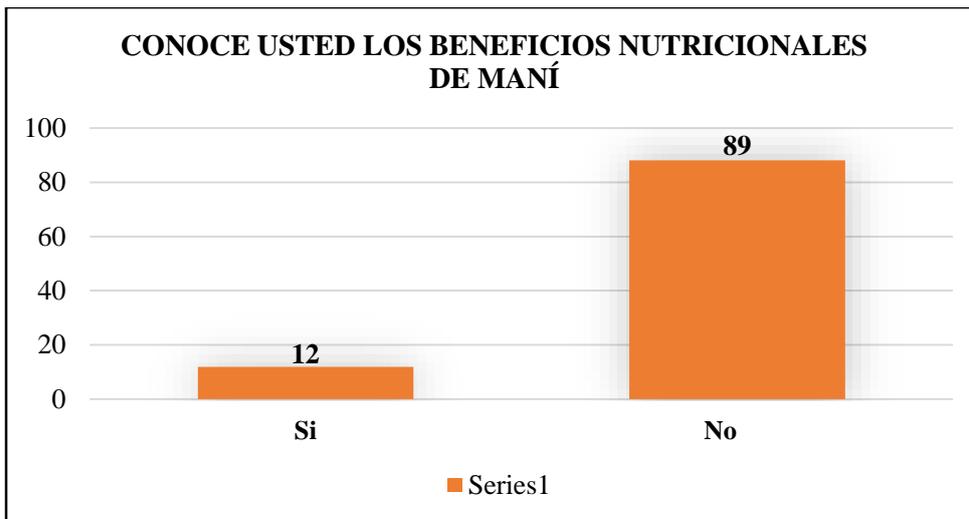
Análisis e Interpretación: Del gráfico podemos ver que el 64% de las familias catamayences prefieren comprar los helados en las heladerías, el 27% prefieren adquirirlo en las tiendas y 4% en supermercados y el 3% en autoservicios esto se debe a la cultura de compra, y el 2% en otros lugares como los carros de helados pingüino. En las heladerías por comodidad y en tiendas por sus precios un poco más bajos. Estos resultados permiten saber a qué puntos de venta se debe proyectar el producto en estudio para su comercialización, es decir ayudan a determinar los canales de distribución.

PREGUNTA N° 7

¿CONOCE USTED LOS BENEFICIOS NUTRICIONALES DEL MANÍ?

Cuadro N° 8:

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	43	12
No	332	89
TOTAL	375	100



FUENTE: ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE CATAMAYO.

ELABORACION: LA AUTORA

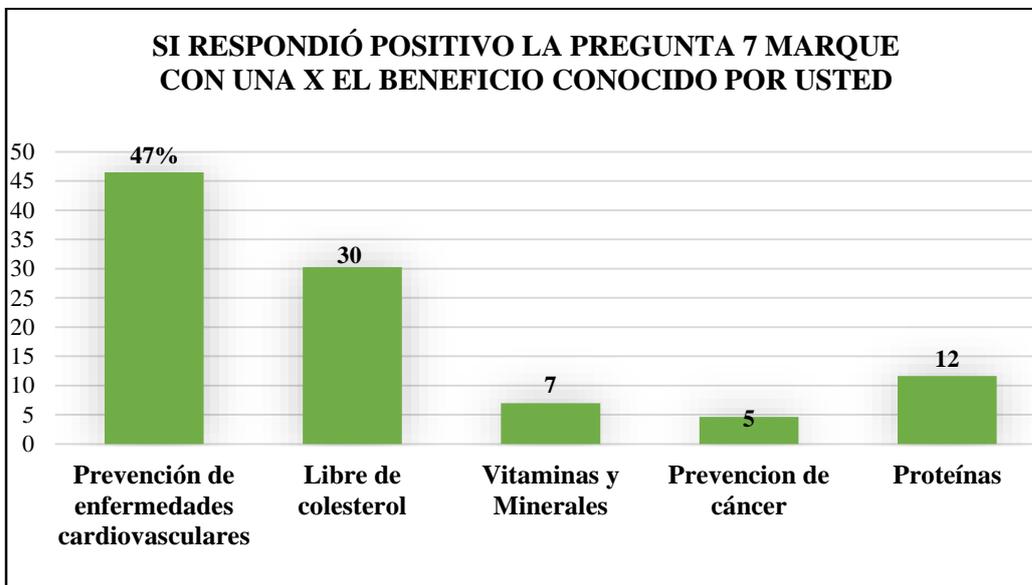
Análisis e Interpretación: De acuerdo al criterio de nuestros encuestados apreciamos que el 89% de la población económicamente activa del Cantón catamayo desconocen los beneficios nutricionales del maní, el 12% de los encuestados tienen conocimiento de los benéficos nutricionales. Mediante ello analizamos la problemática y frente a ello aplicaremos la publicidad basándose al valor nutritivos del maní.

PREGUNTA N° 8

¿SI RESPONDIÓ POSITIVO LA PREGUNTA 7 MARQUE CON UNA X EL BENEFICIO CONOCIDO POR USTED?

Cuadro N° 9:

DETALLE	f	%
Prevención de enfermedades cardiovasculares	20	47
Libre de colesterol	13	30
Vitaminas y Minerales	3	7
Prevención de cáncer	2	5
Proteínas	5	12
TOTAL	43	100



FUENTE: ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE CATAMAYO.

ELABORACION: LA AUTORA

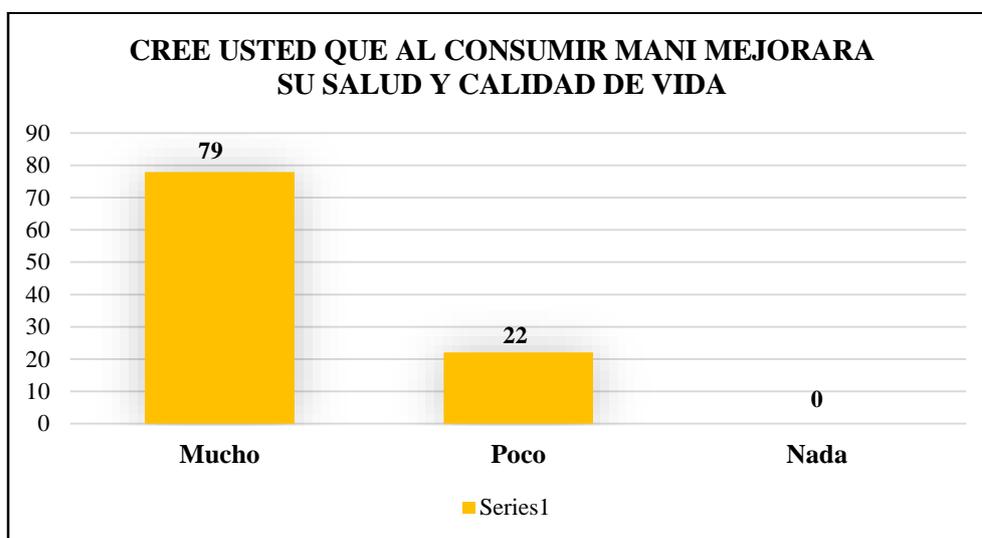
Análisis e Interpretación: De acuerdo a la pregunta N° 7 se mide el criterio de los encuestados apreciamos que 43 encuestados conoce los beneficios nutricionales del maní, manifestaron que 47% conocen que es bueno para prevención de enfermedades cardiovasculares, 30% libre de colesterol, 12% proteínas, 7% vitaminas y minerales y el 5% prevención de cáncer.

PREGUNTA N°9

¿CREE USTED QUE AL CONSUMIR MANÍ MEJORARÁ SU SALUD Y CALIDAD DE VIDA?

Cuadro N° 10

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mucho	297	79
Poco	79	22
Nada	0	0
TOTAL	375	100



FUENTE: ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE CATAMAYO.
ELABORACION: LA AUTORA

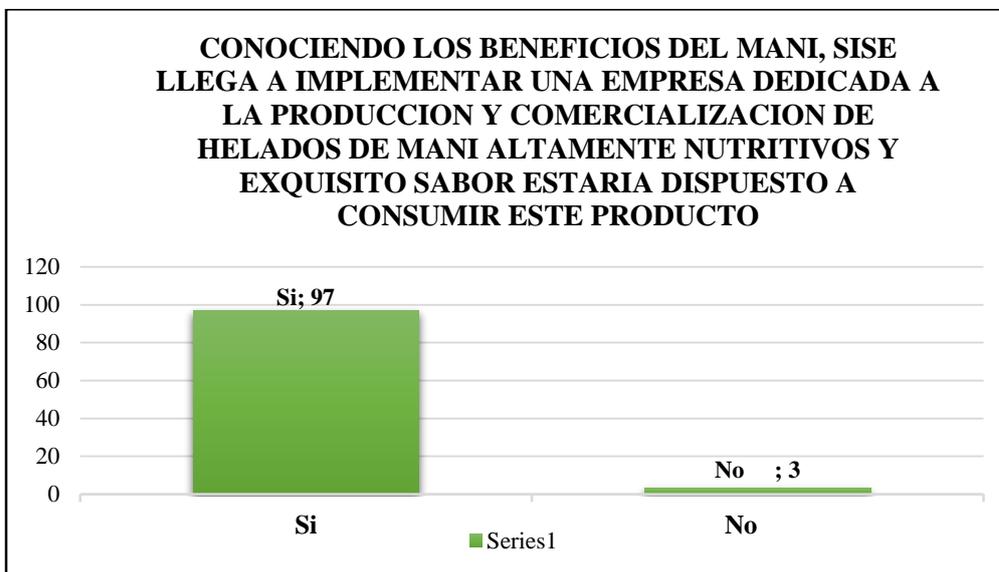
Análisis e Interpretación: En esta pregunta de las personas encuestadas podemos notar el 79% indican que al consumir maní mejorara su calidad de vida y en cambio el 22% manifiestan poco ya que desconocen los beneficios del maní.

PREGUNTA N° 10

¿CONOCIENDO LOS BENEFICIOS DEL MANÍ, SI SE LLEGARA A IMPLEMENTAR UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HELADOS DE MANÍ ALTAMENTE NUTRITIVOS Y EXQUISITO SABOR ESTARÍA DISPUESTO A CONSUMIR ESTE PRODUCTO?

Cuadro N° 11

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	364	97
No	11	3
TOTAL	375	100



FUENTE: ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE CATAMAYO.

ELABORACION: LA AUTORA

Análisis e Interpretación: Del gráfico podemos observar que el 97% de las familias encuestadas adquirirían y consumirían los helados de maní e incluso aseguran nunca haber escuchado este tipo de helado; aun así están dispuestos a probar esta nueva alternativa y así apoyar la empresa catamayence con el fin de desarrollar la producción local, mediante estos resultados se pudo establecer la demanda efectiva que tendrá nuestra empresa; en cambio el 3% de las personas se muestran apáticas a la idea de la nueva empresa.

PREGUNTA N° 11

¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UN HELADO DE MANÍ?

Cuadro N° 12

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$ 0,50	352	97
\$ 0,75	7	2
\$ 1,00	3	1
\$ 1,25	2	1
TOTAL	364	100



FUENTE: ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE CATAMAYO.

ELABORACION: LA AUTORA

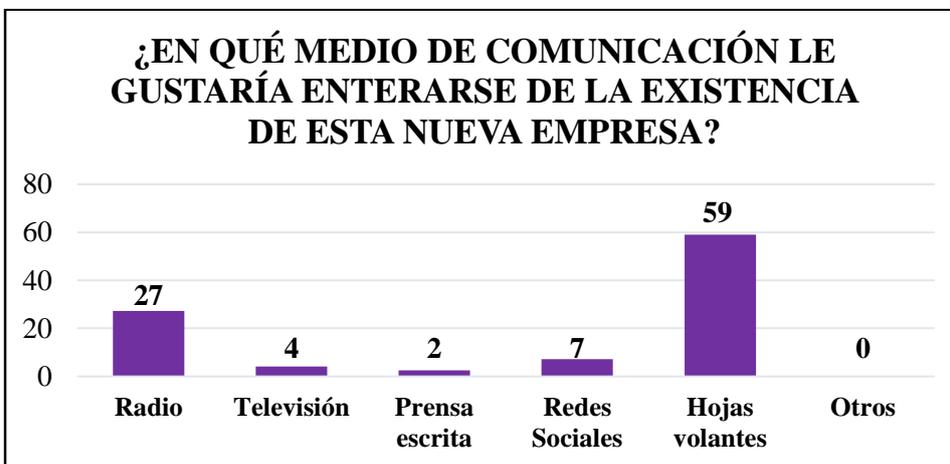
Análisis e Interpretación: En cuanto al precio supieron indicar los encuestados el 97% estarían dispuesto a pagar 0,50 ctvs. Por un helado de maní ya que es un precio accesible, el 2% indica que pagarían 0,75 ctvs ya que es un producto nuevo, 1% representa 1,00 y 1% pagarían 1,25 ctvs.

PREGUNTA N° 12

¿EN QUÉ MEDIO DE COMUNICACIÓN LE GUSTARÍA ENTERARSE DE LA EXISTENCIA DE ESTA NUEVA EMPRESA?

Cuadro N° 13

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	99	27
Televisión	15	4
Prensa escrita	9	2
Redes Sociales	26	7
Hojas volantes	215	59
Otros	0	0
TOTAL	364	100



FUENTE: ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE CATAMAYO.

ELABORACION: LA AUTORA

Análisis e Interpretación: Para plantear una buena estrategia de publicidad es necesario determinar los medios de comunicación más vistos y escuchados por los encuestados en el cual del gráfico podemos ver que el 59% prefieren las hojas volantes, son los medios publicitarios más significativos que las familias catamayences prefieren, la razón más común que los encuestados manifestaron es que hoy en día son los medios más usados, ya que manifiestan que pueden ser leídas en cualquier momento y lugar. 27% prefieren la sintonía de radio, Redes Sociales representa el 7%, el 4% prefieren la televisión y el 2% prensa escrita. Estos datos son una guía para poder orientar la publicidad del producto.

RADIO

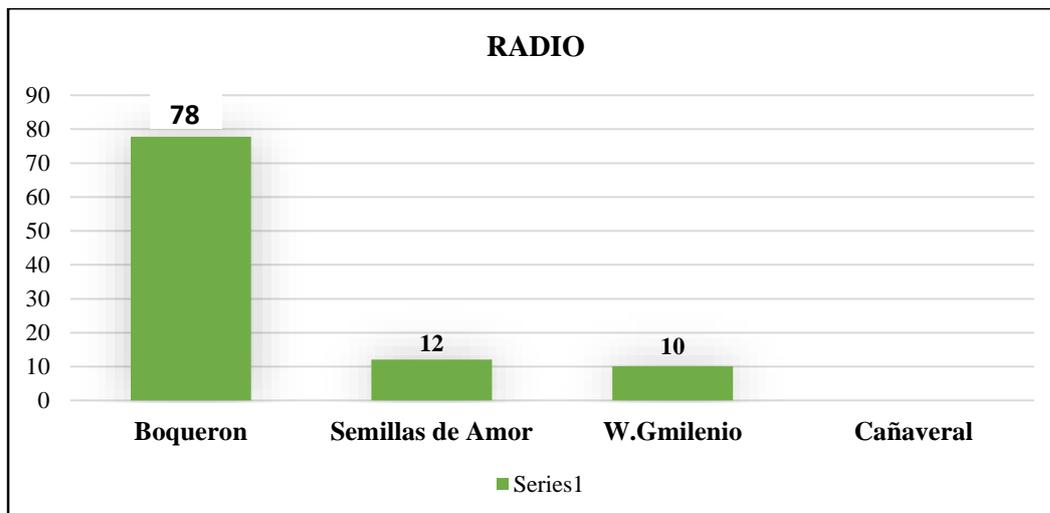
Cuadro N° 14

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Boquerón	77	78
Semillas de Amor	12	12
W.G.milenio	10	10
Cañaverál	0	0
TOTAL	99	100

EMISION PREFERIDA

Cuadro N° 15

X	Boquerón	Semillas de Amor	W.Gmilenio	Cañaverál
Mañana	6	2	4	0
Tarde	64	10	6	0
Noche	7	0	0	0
TOTAL	77	12	10	0



FUENTE: ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE CATAMAYO.

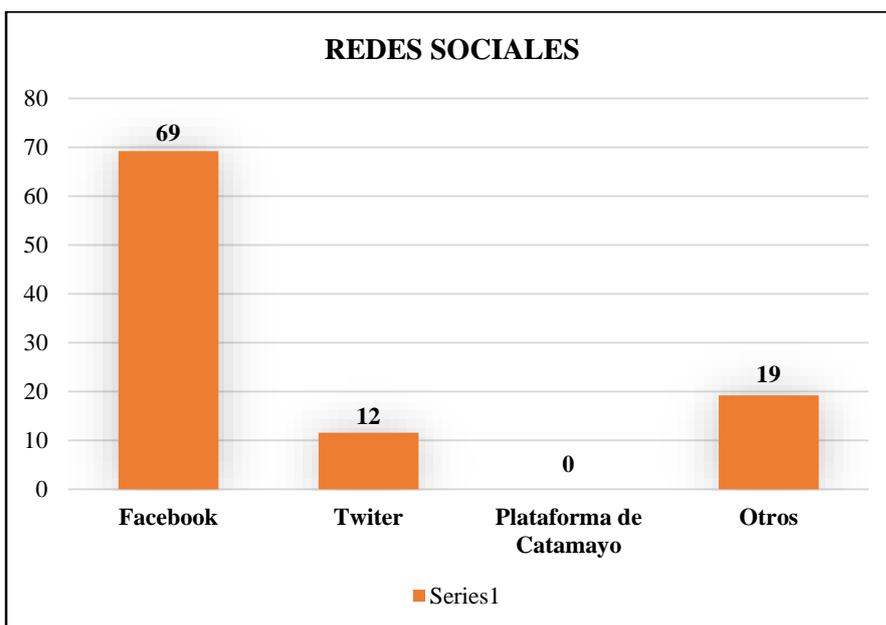
ELABORACION: LA AUTORA

Análisis e Interpretación: De las personas encuestadas que prefieren enterarse de la publicidad por radio obtenemos que el mayor nivel de preferencia tiene la radio Boquerón con 77 personas con un 78%, seguida de Semillas de Amor con 12 personas manifestaron el 12%, y WG Milenio con 10 personas supieron manifestar el 10%.

REDES SOCIALES

Cuadro N° 16

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Facebook	18	69
Twiter	3	12
Plataforma de Catamayo	0	0
Otros	5	19
TOTAL	26	100



FUENTE: ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE CATAMAYO.

ELABORACION: LA AUTORA

Análisis e Interpretación: Los encuestados que se informan a través del internet prefieren las páginas sociales, así pues 18 personas prefieren informarse por Facebook representando el 69%, 5 personas optan por otros medios digitales representando el 19% y 3 personas prefieren el twiter con un 12%.

TELEVISION

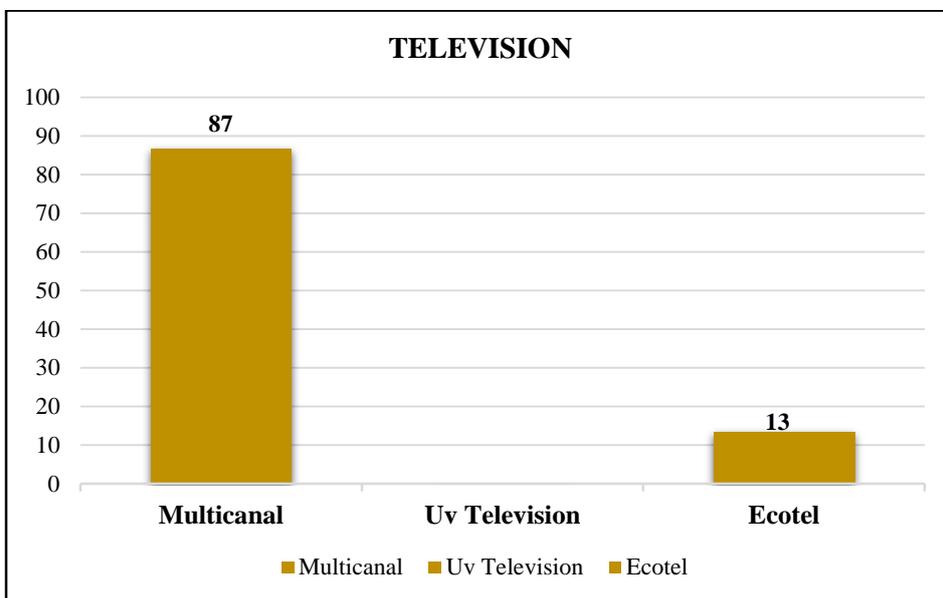
Cuadro N° 17

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Multicanal	13	87
Uv. Televisión	0	0
Ecotel	2	13
TOTAL	15	100

Cuadro N° 19 Horarios

DETALLE	MULTICANAL	ECOTEL	UV TELEVISION
Mañana	1	0	0
Tarde	1	0	0
Noche	11	2	0
TOTAL	13	2	0

Análisis e Interpretación: Se muestra en el cuadro los medios televisivos más vistos en la ciudad de catamayo en los medios de comunicación se amplía su rating en el Horario Nocturno.



FUENTE: ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE CATAMAYO.

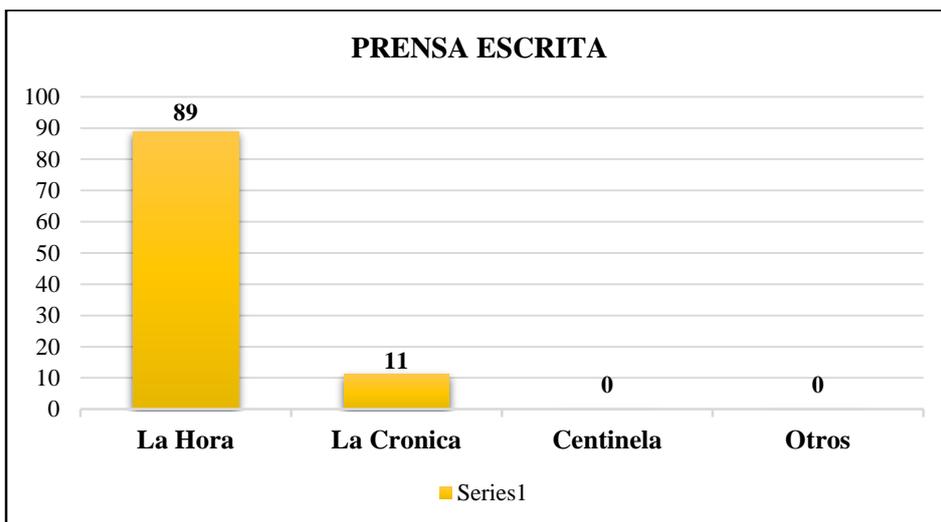
ELABORACION: LA AUTORA

Análisis e Interpretación: De las personas que prefieren informarse por el medio televisivo, tenemos que 13 personas representan el 87% visualizan Multicanal, 2 persona que representa el 13% prefieren Ecotel.

PRENSA ESCRITA

Cuadro N° 18

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
La Hora	8	89
La Crónica	1	11
Centinela	0	0
Otros	0	0
TOTAL	9	100



FUENTE: ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE CATAMAYO.

ELABORACION: LA AUTORA

Análisis e Interpretación: Las personas que se informan por medios escritos manifiestan 8 personas su preferencia por el diario la Hora representa el 89%, seguido de 1 persona que prefieren la Crónica representado con el 11%.

PREGUNTA N° 13

¿LE GUSTARÍA RECIBIR ALGUNA PROMOCIÓN EN LA COMPRA DEL HELADO?

Cuadro N° 19

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	305	84
No	59	16
TOTAL	364	100



FUENTE: ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE CATAMAYO.

ELABORACION: LA AUTORA

Análisis e Interpretación: De la gráfica podemos ver que el 84% de los catamayences prefieren recibir alguna promoción por la compra del helados de maní, entre las razones más comunes de los encuestados es motivar la mayor demanda del producto a través de dar por la compra de una cantidad determinada de helados, un descuento, o algún producto helado. El 16% de encuestados que rechaza la promoción, la mayoría manifiestan que no la desean por cuanto creen que esta compensa la mala calidad del producto.

PREGUNTA N° 14

¿QUÉ TIPO DE PROMOCIÓN LE GUSTARÍA RECIBIR POR LA COMPRA DEL PRODUCTO?

Cuadro N° 20

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Llaveros	274	75
Gorras	28	8
Calendarios	62	17
TOTAL	364	100



FUENTE: ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE CATAMAYO.

ELABORACION: LA AUTORA

Análisis e Interpretación: De las personas que prefieren las promociones, en este gráfico podemos darnos cuenta que 274 personas representa el 75% de los encuestados prefieren por llaveros, 62 personas significa el 17% indican calendarios y el 8% representan 28 personas que optan por las gorras ya que Catamayo es un clima cálido.

ENTREVISTA APLICADA A LOS OFERTANTES DE LAS HELADERIAS EN

LA CIUDAD DE CATAMAYO

N°	HELADERIAS	DIRECCION
1	El Tomeñito	Vía la costa y ceibo
2	Yusibeth	Sucre y Av. Catamayo
3	Helados de coco	Sucre y Av. Catamayo
4	Catamayo	Calle Bolívar y Azuay
5	Amadita	Sucre y Av. Catamayo
6	Yoguth hela	Bolívar entre Av. Catamayo.
7	Charles	1° de Mayo y Atahualpa
8	Reina del cisne	Av. Isidro Ayora
9	El sabor	Calle 24 de Mayo
10	Y esenia	Sucre y Av. Catamayo

PREGUNTA N° 1

¿EN SU NEGOCIO VENDE HELADOS?

Cuadro N° 1 A

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	10	100
No	0	0
TOTAL	10	100



FUENTE: ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS OFERTANTES DE LAS HELADERIAS EN CATAMAYO.
ELABORACION: LA AUTORA

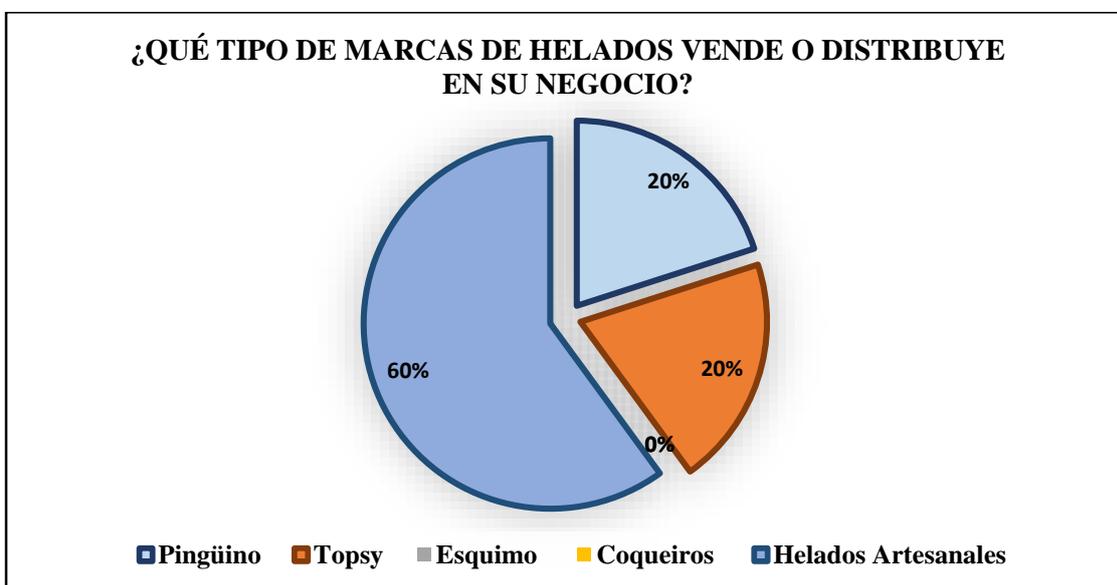
Análisis e Interpretación: De acuerdo a la entrevista realizada a las heladerías manifestaron el 100% que si venden helados.

PREGUNTA N° 2

¿QUÉ TIPO DE MARCAS DE HELADOS VENDE O DISTRIBUYE EN SU NEGOCIO?

Cuadro N° 2 A

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pingüino	2	20
Topsy	2	20
Esquimo	0	0
Coqueiros	0	0
Helados Artesanales	6	60
TOTAL	10	100



FUENTE: ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS OFERTANTES DE LAS HELADERIAS EN CATAMAYO.
ELABORACION: LA AUTORA

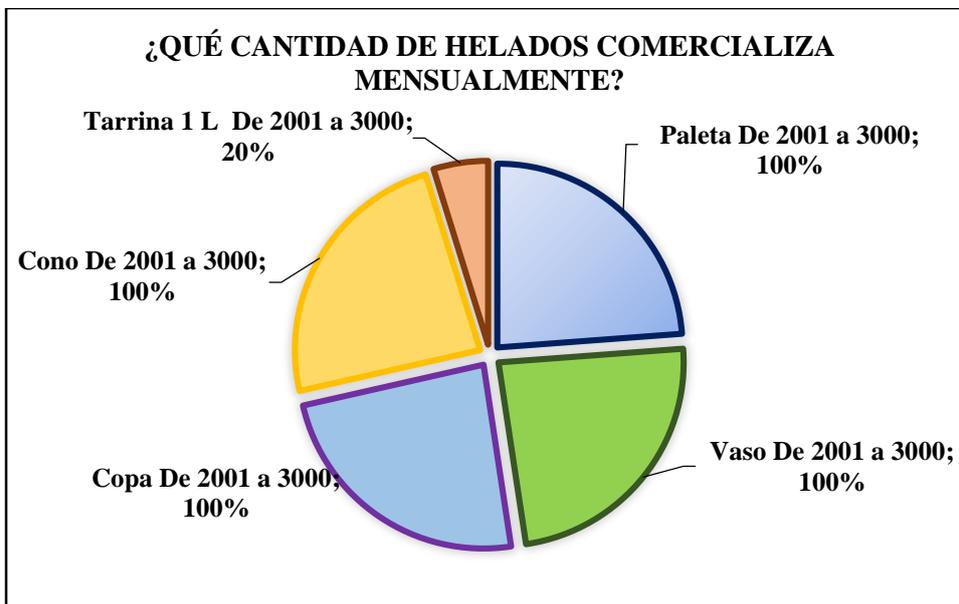
Análisis e Interpretación: De los resultados se puede establecer con claridad que el 60% de los dueños de las heladerías producen los helados artesanales, 20% realizan pedidos a la empresa pingüino y topsy y el 0% no venden los productos de esquímo, coqueiros ya que

PREGUNTA N° 5

¿QUÉ CANTIDAD DE HELADOS COMERCIALIZA MENSUALMENTE?

Cuadro N° 5 A

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Paleta De 0 a 1000		
De 1001 a 2000		
De 2001 a 3000	10	100
Vaso De 0 a 1000		
De 1001 a 2000		
De 2001 a 3000	10	100
Copa De 0 a 1000		
De 1001 a 2000		
De 2001 a 3000	10	100
Cono De 0 a 1000		
De 1001 a 2000		
De 2001 a 3000	10	100
Tarina 1L De 0 a 1000		
De 1001 a 2000		
De 2001 a 3000	2	20



FUENTE: ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS OFERTANTES DE LAS HELADERÍAS EN CATAMAYO.
ELABORACION: LA AUTORA

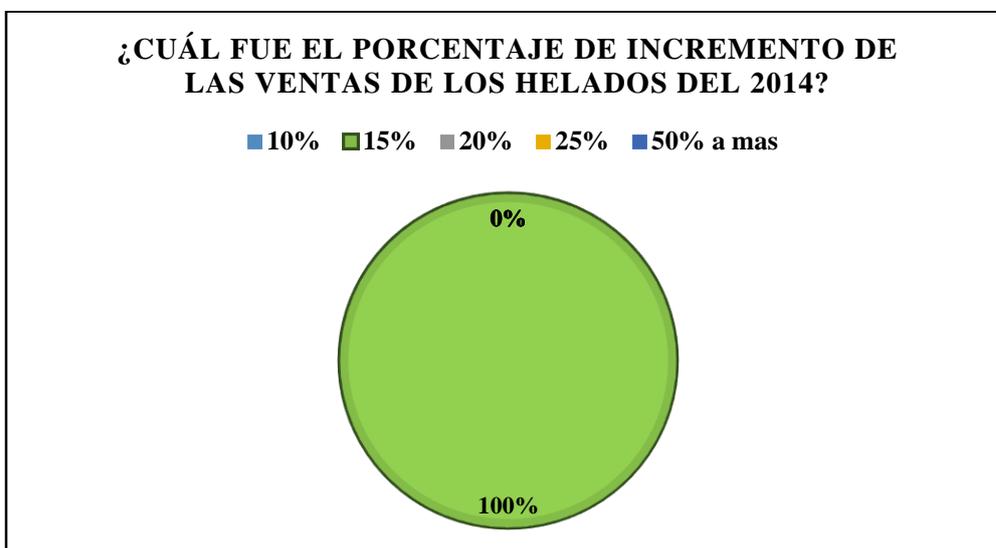
Análisis e Interpretación: De la entrevista a las 10 heladerías que fue aplicada, podemos determinar claramente que el rango de mayor significación es el del 2001 a 3000 helados mensuales en lo que tiene que ver con paletas, vasos y copas, mientras que el 20% corresponde a tarrinas de 1 litro de helados.

PREGUNTA N° 6

¿CUÁL FUE EL PORCENTAJE DE INCREMENTO DE LAS VENTAS DE LOS HELADOS DEL 2014?

Cuadro N° 6 A

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10%	0	0
15%	10	100
20%	0	0
25%	0	0
50% a mas	0	0
TOTAL	10	100



FUENTE: ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS OFERTANTES DE LAS HELADERÍAS EN CATAMAYO.
ELABORACION: LA AUTORA

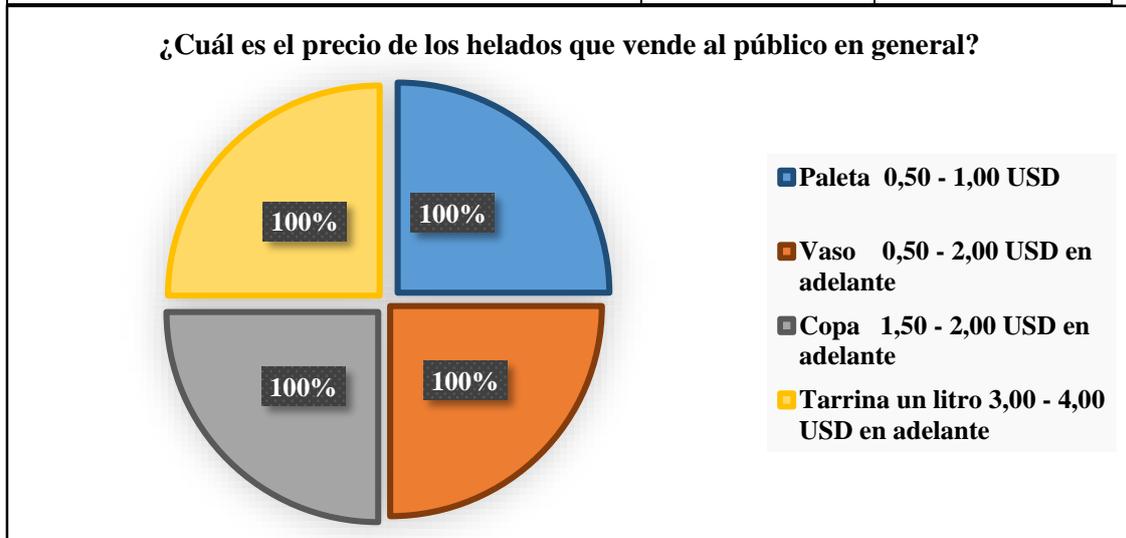
Análisis e Interpretación: De los resultados podemos indicar que las 10 heladerías de los ofertantes entrevistados nos manifiestan que han tenido un incremento del 15% del año 2014 esto se debe posiblemente a la crisis económica y el incremento en sus precios.

PREGUNTA N° 7

¿CUÁL ES EL PRECIO DE LOS HELADOS QUE VENDE AL PÚBLICO EN GENERAL?

Cuadro N° 7 A

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Paleta 0,50 - 1,00 USD	10	100%
Vaso 0,50 - 2,00 USD en adelante	10	100%
Copa 1,50 - 2,00 USD en adelante	10	100%
Tarrina un litro 3,00 - 4,00 USD en adelante	10	100%



FUENTE: ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS OFERTANTES DE LAS HELADERIAS EN CATAMAYO.

ELABORACION: LA AUTORA

Análisis e Interpretación: De los resultados de la entrevista podemos concluir que se comercializan todos los tipos de helados como son: paleta de \$0,50 a \$1,00, vaso de \$0,50 a \$2,00, Copa \$1,50 a \$2,00, y Tarina de un litro \$3,00 a \$4,00 en adelante, lo cual ayuda a tener como referencia para la fijación del precio de los helados de mani en paleta.

PREGUNTA N° 8

¿DE QUÉ MANERA OBTIENE LOS HELADOS PARA SU COMERCIALIZACIÓN?

Cuadro N° 8 A

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Intermediarios	10	100
Productores	10	100



FUENTE: ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS OFERTANTES DE LAS HELADERIAS EN CATAMAYO.
ELABORACION: LA AUTORA

Análisis e Interpretación: De los datos obtenidos se puede determinar que las 10 heladerías que venden helados en la ciudad de catamayo, obtienen el producto de productores o intermediarios. Estos resultados nos permiten determinar cuál es el centro de abastecimiento que debemos fortalecer para obtener un mayor margen de utilidad.

g. DISCUSIÓN

IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

Identificación de la demanda

Una vez que se ha tabulado e interpretado los resultados de las encuestas aplicadas, procedemos a determinar la demanda de los helados de maní.

DEMANDA POTENCIAL

La demanda potencial está constituida por los productos que podrían ser utilizados por los demandantes de un mercado, es decir, que se considera la pregunta N°1 **¿En su familia consume helados?** con un porcentaje del **95%** se presenta en el (cuadro N° 2) y considerando además la totalidad de la población en estudio. La proyección de la Población para el año 2015 es de **24.331** con la **tasa de crecimiento del 1,40% (INEC)**. Para mi proyecto utilizo toda la población ya que los helados son de consumo individual. Cuya demanda potencial se la determina así. Para obtener la Demanda Potencial tomo en consideración la población total de las familias es de **24.331** se multiplica por el **95%** que si consumen helados con el resultado de **23.114** es la **DEMANDA POTENCIAL** en familias prosigo a multiplicar por **38** que es el consumo promedio (**consumo per cápita**) con un resultado de **878.349** unidades de helados al año.

Cuadro N° 21

Demandantes Potenciales (Totales)

Periodos	Años	Población Total T.C 1.40%	%	Demanda Potencial en familias	Consumo Promedio anual	DEMANDA POTENCIAL Unidades de Helados
0	2015	24.331	95%	23.114	38	878.349
1	2016	24.672	95%	23.438	38	890.646
2	2017	25.017	95%	23.766	38	903.115
3	2018	25.367	95%	24.099	38	915.759
4	2019	25.722	95%	24.436	38	928.579
5	2020	26.083	95%	24.778	38	941.579

Fuente: Encuesta pregunta N° 1 y Cuadro N° 2, consumo promedio cuadro N° 4 A.

Elaborado: La Autora.

DEMANDA REAL

Está constituida por la cantidad de bienes que se utilizan de un producto específico en el mercado. Para determinar la demanda real de los helados, se toma los datos de las encuestas aplicadas a los consumidores, pregunta N° 2 *¿Qué clase de presentación de helados consume?* y cuadro No.3 obteniendo de esta manera la demanda real de las personas que consumen helados de paleta representado con un **82%**. Ya que en el mercado no existen helados de maní se tomó la alternativa de poder obtener la demanda real mediante la pregunta de la presentación del producto ya que la empresa va a producir helado de paleta.

Demanda Real se Procede a tomar en consideración la demanda potencial en familias es **23.114** se multiplica para el **82%** de las personas q consumen helados de paleta tenemos como resultado **18.954** la **DEMANDA REAL** en familias este procedimiento se multiplica para 38 que es el consumo promedio dándonos un resultado de **710.993** unidades de helados. Realizo este paso para todos los 5 años de Vida Útil del proyecto.

Cuadro N° 22

Demandantes Reales

Periodos	Demanda Potencial en familias	%	Demanda Real en Familias	Consumo Promedio	DEMANDA REAL Unidades de Helados
0	23.114	82%	18.954	38	710.993
1	23.438	82%	19.219	38	730.330
2	23.766	82%	19.488	38	740.554
3	24.099	82%	19.761	38	750.922
4	24.436	82%	20.038	38	761.435
5	24.778	82%	20.318	38	772.095

Fuente: Demanda Potencial cuadro N° 21, consumo promedio cuadro N° 4 A y Pregunta N°2 y Cuadro N° 3

Elaborado: La Autora

DEMANDA EFECTIVA

En el presente estudio se toma en consideración de la pregunta N°10 *¿Si se llegara a implementar una empresa dedicada a la producción y comercialización de helados de maní altamente nutritivos y exquisito sabor estaría dispuesto a consumir este producto?*

Y cuadro N°11 de las encuestas aplicadas a los consumidores, representado por el 97%.

Para determinar la demanda Efectiva se toma en cuenta la demanda Real en familias del año 0 es **18.954** se multiplica por el **97%** de aceptación que nos da un total de la demanda efectiva en familias **18.385** y esta cantidad se la multiplica por 38 unidades de helados que consumen al año 0 en la cual se extrae del cuadro N° 4A del consumo promedio con un resultado de **698.639** que es la **DEMANDA EFECTIVA Proyectada en unidades de helados al año.**

Cuadro N° 23

Demanda Efectiva.

Periodos	Demanda Real en Familias	%	Demanda Efectiva en Familias	Consumo Promedio	DEMANDA EFECTIVA Unidades en Helados
0	18.954	97%	18.385	38	698.639
1	19.219	97%	18.643	38	708.420
2	19.488	97%	18.904	38	718.338
3	19.761	97%	19.168	38	728.394
4	20.038	97%	19.437	38	738.592
5	20.318	97%	19.709	38	748.932

Fuente: Demanda Real cuadro N° 22, consumo promedio cuadro N° 4ª, Pregunta N° 10 y Cuadro N° 11

Elaborado: La Autora

ANALISIS DE LA OFERTA

La oferta está representada por la cantidad de bienes que la empresa ofrece al mercado, para poder determinar la oferta de nuestro producto en el mercado actual se procede a la

aplicación de las herramientas de la investigación como la observación directa y la entrevista.

Una vez aplicada la observación directa y una corta entrevista a los diversos negocios que comercializan helados, se pudo determinar en la ciudad de Catamayo existen 10 heladerías y sus ventas mensuales y anuales basándose a la pregunta N° 5 de las entrevistas aplicadas a los ofertantes y se estiman en el siguiente cuadro.

Promedio de Ventas Oferta

Para obtener el promedio anual de ventas de los helados en el mercado local de la ciudad de Catamayo se aplicó las entrevistas a los ofertantes y se realizó el análisis de los datos que se encuentran en el pregunta **No.5** de los cuales están enfocados a la cantidad de helados que comercializan los ofertantes y en qué tiempo, obteniendo los siguientes resultados:

CUADRO N° 24
Heladerías de la Ciudad de Catamayo
Promedio de Ventas

N°	CATEGORIA	NOMBRE	VENTA SEMANAL	VENTA AL MES	VENTAS ANUALES
1	Heladería	El Tomeñito	2.980	11.920	143.040
2	Heladería	Yusibeth	1.000	4.000	48.000
3	Heladería	Helados de coco	355	1.420	17.040
4	Heladería	Catamayo	670	2.680	32.160
5	Heladería	Amadita	500	2.000	24.000
6	Heladería	Yoguth hela	230	920	11.040
7	Heladería	Charles	109	436	5.232
8	Heladería	Reina del cisne	200	800	9.600
9	Heladería	El sabor	278	1.112	13.344
10	Heladería	Y esenia	560	2.240	26.880
TOTAL				27528	330.336

Fuente: ENTREVISTA a los Ofertantes pregunta N° 5, 6 y cuadro N° 5A y 6A

Elaboración: La Autora

Proyección

Una vez obtenido el total de helados anuales con estos resultados se procedió a proyectar la cantidad de oferta para los 5 años de vida del proyecto utilizando una tasa de crecimiento anual del 15% anual de acuerdo a la pregunta N° 6 de las entrevistas aplicadas a los diferentes heladerías que comercializan los helados, tomando en cuenta el Cuadro promedio de ventas N° 24. A continuación se presenta la proyección de la oferta.

Cuadro No. 25
Proyección de la Oferta 15%

AÑOS	POBLACION
	15%
0	330.336
1	379.886
2	436.869
3	502.400
4	577.760
5	664.424

Fuente: Cuadro No 24 Pregunta entrevista N°5, 6 y cuadro N° 5A y 6A

Elaboración: La Autora.

DEMANDA INSATISFECHA

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

Para la determinación de la demanda insatisfecha de los helados fue necesario extraer los datos obtenidos de la cantidad de oferta proyecta para los 5 años que se estableció en el cuadro N° 24 del promedio de ventas así como también se hizo necesario obtener los datos de la **demanda efectiva proyectada** establecida en el cuadro N° 22 para posteriormente aplicar la siguiente fórmula para su cálculo:

Demanda Insatisfecha = Demanda proyectada - Cantidad de Oferta

Demanda Insatisfecha = 698.639 – 330,336

Demanda Insatisfecha = 368.303

Con este procedimiento se determinó la diferencia entre demanda y oferta de cada año de vida útil del proyecto cuyos resultados se presentan a continuación:

Cuadro No. 26

Proyección de la Demanda Insatisfecha

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA EN HELADOS	OFERTA PROYECTADA EN HELADOS	DEMANDA INSATISFECHA
0	698639	330.336	368.303
1	708420	379.886	328.533
2	718338	436.869	281.468
3	728394	502.400	225.995
4	738592	577.760	160.832
5	748932	664.424	84.509

Fuente: Cuadro 23 demanda efectiva y cuadro 25 de la proyección de ventas

Elaborado: La Autora

La Demanda insatisfecha por este momento se la muestra en el cuadro N°26 en la cual se la realiza para tener un modelo en el proyecto.

La empresa king's maní para realizar el estudio técnico toma en cuenta la demanda insatisfecha para calcular la capacidad instalada y capacidad utilizada ya que esta demanda insatisfecha hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad catamayence.

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN “DISEÑO DEL PLAN DE MARKETING MIX”

El plan de comercialización es un proceso de mucha importancia para la realización del proyecto, puesto que permite llegar hacia los consumidores y así poder satisfacer sus necesidades.

Dentro de la comercialización se analizan los parámetros importantes del mercado, orientándolo siempre a la satisfacción de los consumidores tomando en consideración en cuanto se refiere al producto, marca, precio, plaza, publicidad y promoción.

➤ PRODUCTO

La Empresa “**King’s Maní Cía. Ltda.**” se dedica a la producción de helados de maní en el cantón catamayo, las cuales contienen diferentes vitaminas, proteínas y nutrientes, prevención de cáncer, prevención de enfermedades cardiovasculares los cuales constituye en un complemento para el desarrollo nutricional humano tomando en consideración el análisis científico de los componentes que conforma la materia prima y componentes de servicios que el cliente se merece para satisfacer sus necesidades día tras día.

ATRIBUTOS DEL PRODUCTO

El producto que se ofrecerá es un elemento indispensable en la alimentación de las personas por cuanto su materia prima la constituye el maní, con un alto poder alimenticio y una elevada calidad de nutrientes.

Los helados de maní estarán compuestos por un 45-50% aceite, 24-28% proteínas y 17-20% hidratos de carbono,

Otros de los atributos que se destaca es el poder nutricional para la salud humana. Por lo tanto las proteínas de los helados estarán calificadas como una proteína completa de alta calidad, ya que uno de los beneficios nutritivos, una fuente indiscutible de minerales, en especial calcio, fósforo y magnesio, vitales para el crecimiento y desarrollo.

Especialmente rico en fósforo, pues una porción de 50 gramos aporta el 13.6% del requerimiento diario de este mineral y también aporta hierro en un 100% de las necesidades diarias.

Contiene vitaminas E, B1, B2, B3 y B6, además de folatos, fundamentales en la formación del tubo neural de los embriones.

Fibra: Mejora la digestión y reduce el colesterol que obstruye las venas y las arterias.

Grasas insaturadas: Ácido oleico y linóleo, benéficas para la salud cardiovascular y el funcionamiento del cerebro.

Los helados de maní constituyen un ingrediente beneficioso para la salud, además que las investigaciones mundiales al consumidor demuestran una búsqueda por alimentos más saludables, lo que demuestra hoy en día las cuestiones relacionadas con la salud a la hora de elegir sus alimentos, tendencia que se ve reflejada en un significativo porcentaje de las personas encuestadas en el siguiente estudio.

✦ **Características**

NOMBRE: Helado de maní

Tamaño: 18 X 12 cm.

Peso: 100gm

➤ **MARCA**

Considerada como los nombres y expresiones gráficas que facilitan la identificación del producto y permiten su recuerdo asociado a uno y otro atributo, lo cual la marca de nuestro producto será:

Cuadro No. 27
Marca



➤ **SLOGAN**

Es un elemento verbal que se utiliza en la gran mayoría de formatos publicitarios el mismo que provoca una asociación entre la marca y su ventaja principal, para lo cual el slogan del producto será:

Cuadro No. 28

Slogan



Elaborado por: Empresa "King's Maní Cía. Ltda.

➤ **ETIQUETA**

Es un elemento que se adhiere a otro para identificarlo o describirlo; por extensión una etiqueta puede ser una o más palabras que se asocian a algo con el mismo fin, las palabras empleadas para etiquetarlo pueden referirse a cualquier característica o atributo que se considere apropiado.

El producto tendrá dos etiquetas que se encontrarán la una en el anverso y una contra etiqueta en el reverso de la funda del helado, que contendrán las siguientes características:

- Será de material resistente para que perdure hasta llegar a las manos del consumidor final
- Estará perfectamente adherida

Etiqueta tendrá la siguiente información:

- ✓ Logotipo de la empresa
- ✓ Slogan de la empresa

- ✓ Nombre de la empresa
- ✓ Nombre del producto
- ✓ Registro sanitario
- ✓ Contenido del producto.

CONTRAETIQUETA

La contra etiqueta contendrá la siguiente información

- ✓ Marca
- ✓ Nombre del Producto
- ✓ Fecha de elaboración
- ✓ Fecha de vencimiento
- ✓ Código de barras
- ✓ Ingredientes del producto
- ✓ Dirección de la empresa
- ✓ Advertencia



Elaboración: La Autora

PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO.

La presentación del producto será en paleta y empaque de plástico polyfan de 18 x 12 cm, se tomó en consideración de acuerdo a las encuestas aplicadas a las diferentes familias de la ciudad de catamayo pregunta N° 2, dando como resultado un 82%, esto es como resultado del estudio de mercado ya que los futuros compradores prefieren este tipo de presentación.

➤ **EMPAQUE**

PRESENTACION DEL PRODUCTO

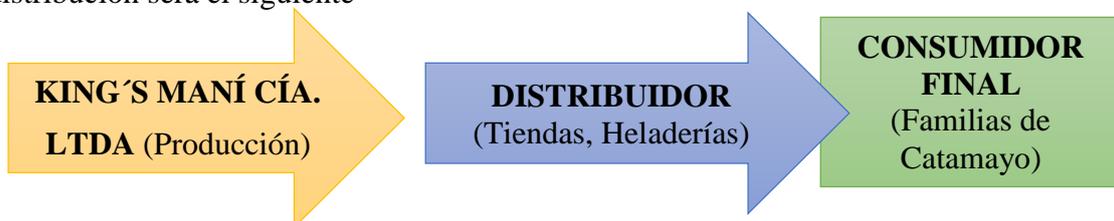
12 cm CUADRO N° 31



Elaboración: La Autora

➤ **PLAZA**

El nuevo producto ofrecido helados de maní será comercializado por la empresa **King's Maní** en la ciudad de catamayo. Para su adecuada distribución y colocación en el mercado se ha optado por dos canales de distribución que permita llegar con el producto a diversos hogares en el menor tiempo posible y asegurar las ventas del mismo, el canal de distribución será el siguiente



El canal de distribución inicia en la empresa productora, va al distribuidor o intermediario y termina cuando el producto llega a las manos del consumidor final, Para ello la empresa contara con su propia bodega, esto representa para la empresa que el producto se

comercialice y se de conocer en el menor tiempo posible, lo que va a incidir notablemente en los ingresos para la empresa.

➤ **PRECIO**

El precio de un producto constituye un determinante fundamental en la demanda del mismo y en muchas ocasiones influye en el volumen de venta, sin embargo un factor importante a la hora de comprar un producto lo constituye la calidad, comodidad y aplicabilidad del mismo.

Para poder determinar el precio se tomara en cuenta los siguientes factores.

- Poder adquisitivo de los clientes
- Precios de la materia prima
- Precio de los materiales a consumir indirectamente
- Costos administrativos
- Competencia

Así pues para determinar el precio exacto, más adelante se desprende la información del estudio financiero del proyecto donde se establece los costos de producción más el margen de utilidad.

Estrategia.- El aprovechar, la no existencia de los helados de maní, en el mercado para comercializar a través de un producto que es altamente consumido en las familias catamayences, para establecer preferencias por un suplemento alimenticio en beneficio de la dieta diaria de los consumidores.

Objetivo.- Posicionar los helados de maní como un producto competitivo en precios y complementario en la dieta diaria con calidad.

Tácticas.- Establecer un precio de \$0,50 que pueda ser aceptado por el consumidor y que a la vez respalde la calidad del producto.

➤ **PROMOCIÓN**

La promoción permite ofrecer un incentivo adicional y con la finalidad estimular el mercado que origine un incremento en las ventas a corto plazo o una asociación con el producto. En mi empresa la producción tiene un enfoque a más corto plazo ya que pretende conseguir el crecimiento paulatino de ventas de los helados de maní entre los habitantes de la ciudad de catamayo. Estas son las promociones que la empresa ofrecerá a sus clientes: Según las encuestas aplicadas de la pregunta N° 14 cuadros N° 20 se obtiene información para la realización de la promoción en la cual tenemos el 75% los llaveros se detalla a continuación:

Cuadro # 32

Promoción

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Llaveros	274	75
Gorras	28	8
Calendarios	62	17
TOTAL	364	100

Fuente: encuesta pregunta N° 14 y cuadro N° 20

Elaborado: La Autora.

➤ **PUBLICIDAD**

La publicidad es una herramienta fundamental que va a permitir difundir en el mercado los diversos aspectos del nuevo producto, para ello se ha tomado en consideración el criterio de los encuestados sobre los medios de comunicación más vistos, escuchados y leídos, para que sea en estos medios de mayor acogida donde se coloque la publicidad referente a mi producto y empresa. Así pues en base a la pregunta N° 12 y cuadro N°13

Cuadro # 33
Publicidad

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	99	27
Televisión	15	4
Prensa escrita	9	3
Redes Sociales	26	7
Hojas volantes	215	59
Otros	0	0
TOTAL	364	100

Fuente: encuesta pregunta N° 14 de las encuestas

Elaborado: La Autora.

En lo que respecta a la publicidad, daremos a conocer nuestro producto mediante la radio. Además se utilizará hojas volantes de 14 cm.x12cm, por la facilidad de acceso tanto al tiempo para leerlas en cualquier momento y lugar, como por la utilidad de la información completa que se detalla en ellas. En cambio las redes sociales, porque hoy en día mayor cantidad de personas reciben información y publicada a través de este medio.

Estos canales de comunicación se obtuvieron mediante las encuestas receptadas con un 100% (59% hojas volantes siendo los de mayor preferencia, 27% radio, redes sociales 7%, 4% televisión y 3% prensa escrita.)

- **HOJAS VOLANTES**

Objetivo.- Diseñar una hoja volante con información concreta de fácil lectura para los consumidores.

Tácticas.- Entrega de hojas volantes a la ciudadanía en lugares estratégicos en la ciudad de catamayo.

Hojas volantes.- Se realizara la impresión de 1000 volantes en un tamaño de 10 X 20 a blanco y negro, en la cual se brindara la información del producto y sus valores

nutricionales, este volante será distribuida en lugares específicos de mayor concurrencia como centros comerciales y mercados.

Cuadro # 34
Presupuesto de Hojas volantes

DETALLE	CANTIDAD		UNITARIO	COSTOS	
	MENSUAL	ANUAL		MENSUAL	ANUAL
Hojas volantes	1000	12.000,00	0,05	50,00	600,00

Fuente: Hoja volante para la empresa “HELADOS KING’S MANI”
Elaborado: La Autora.

MODELO DE HOJAS VOLANTES

Cuadro # 35
Modelo de Hojas Volantes

**UNA
ELECCION
DIFERENTE**



HELADO DE MANI

Un producto en donde el control de calidad de las materias primas es fundamental para que sea de óptima calidad, sujetándose a sí mismo a las normas establecidas de higiene.

BENEFICIOS:

- Libre de colesterol
- Prevención de cáncer
- Proteínas
- Vitaminas y Minerales
- Prevención de dolores cardiovasculares.

Para mayor información dirijase a nuestra empresa ubicada en el Barrio La Colina.

TELEFONO: 2555003

CELULAR: 0982611434

CATAMAYO



ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico es fundamental en un proyecto de inversión tomando en cuenta la capacidad instalada e utilizada, utilizando la demanda efectiva, ya que es en este estudio es donde se estudia la localización y tamaño óptimo de las instalaciones; ilustrando así todos los factores influyentes para el mejor desarrollo del proyecto, entre los cuales se cuentan los agentes que influyen en la compra de maquinaria y equipo, así como la calendarización de la adquisición de estas, los diferentes métodos para determinar el tamaño de la planta, los métodos para su localización, y los métodos de distribución y, finalmente, también se examinan los procesos de producción, flujo grama que pueden operar para el proyecto de inversión.

Determinación del Tamaño del Proyecto

a. TAMAÑO

El tamaño del proyecto se determina por la capacidad de producción de la empresa durante el ciclo de vida del proyecto, tomando como base el equipo y maquinaria identificado para el proceso de producción y las unidades a producir por cada año. Para este proyecto se calculará la capacidad instalada y la utilizada de la maquinaria.

a.1. CAPACIDAD INSTALADA.

Es el volumen de máxima capacidad de producción de bienes y/o servicios de acuerdo con la infraestructura disponible. Para determinar la capacidad instalada en este proyecto se tomara en consideración la demanda efectiva cuyas maquinarias se ajusten a las demandas existentes en el mercado actual en la ciudad de catamayo. A continuación se presenta la información en síntesis el porcentaje de la capacidad instalada.

CAPACIDAD INSTALADA DE LA EMPRESA KING´S MANÍ CÍA. LTDA.,

➤ Capacidad instalada de producción

A continuación se presenta la información en síntesis de la producción.

Grafico N° 36

Capacidad instalada de producción

DIAS	SEMANAS	ANUAL
24 horas del día	5 días Laborables (lun-Vier)	52 semanas del Año
1.260	6.300	327.600

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora

La empresa **King´s Maní Cía. Ltda.**, producirá Helados de Maní en paleta según el estudio de mercado, existe mayor demanda en esta presentación. Para fabricar este producto se utilizará maquinaria como congeladores, batidora, Licuadora y envasadora cuya capacidad de producción es **1.260** helados diarios Trabajando las **24** horas del día, los **1.260** helados diarios se multiplica por **5** días laborables de lunes - viernes con **6.300** helados a la semana seguidamente se multiplica por **52** semanas del año y la capacidad instalada de producción es **327.600** helados de maní al año.

➤ Participación de la empresa por capacidad instalada.

Cuadro N° 37

Participación de la empresa mediante la Capacidad Instalada

AÑOS	Demanda Insatisfecha	Participación de la Empresa	Porcentaje
1	328.533	327.600	100%

Fuente: Cuadro No.23 demanda efectiva y capacidad de producción N° 36

Elaboración: La Autora

El porcentaje de la capacidad instalada se procede a obtener del estudio de mercado la demanda insatisfecha es **328.533**, contando con la participación de la empresa es **327.600** se obtiene este valor de la capacidad instalada de producción del cuadro N° 36, seguidamente procedo a multiplicar la participación de la empresa es de **327.600** y multiplico por 100 seguidamente divido para la demanda efectiva es de **328.533**

obteniendo el porcentaje del **100%** de la participación de la empresa de la capacidad instalada en el año 1.

a.2. CAPACIDAD UTILIZADA.

Es la cantidad de productos que se van a fabricar tomando en cuenta la capacidad instalada de la maquinaria. Y la participación del mercado en función de ésta. A continuación se presenta la información en síntesis el porcentaje de la capacidad utilizada.

CAPACIDAD UTILIZADA DE LA EMPRESA KING´S MANÍ CÍA. LTDA.,

❖ Capacidad utilizada de producción

A continuación se presenta la información en síntesis la producción.

Grafico n° 38

Capacidad utilizada de producción

DIARIOS	SEMANAS	ANUAL
8 horas del día	5 días Laborables (lun-Vier)	52 semanas del Año
632	3.160	164.320

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora.

La empresa **King´s Maní Cía. Ltda.**, producirá Helados de Maní en paleta según el estudio de mercado existe mayor demanda en esta presentación. Para fabricar este producto se utilizará maquinaria como congelador, batidora, Licuadora cuya capacidad de producción trabajando las **8** horas laborables se produce **632** helados diarios esta cantidad se multiplica por **5** días laborables de lunes - viernes es **3.160** helados semanales y se multiplico por las **52** semanas del año da un valor de **164.320** helados de maní en el primer año.

En la empresa se utiliza 2 congeladores Horizontales marca **INDURAMA**. Contando con la capacidad de 300 litros cada congelador, en la cual se utilizara latas y parrillas metálicas inoxidable; se utilizara **10** latas en general, en el primer congelador se colocan 5 latas y en cada lata se ubicaran 64 vasos de helado y en el segundo congelador se colocara 5 latas

ubicando 63 vasos, contando con la producción diaria de **632** helados de maní y mensualmente se producirá **3.160** helados de maní en el momento del empaquetado y terminado del producto estos congeladores se utilizaran para almacenamiento del producto terminado para la venta al público.

❖ **Porcentaje de la participación de la empresa.**

Grafico n° 39

Participación de la empresa de Capacidad Utilizada

AÑOS	Capacidad Instalada	Participación de la Empresa	% de la Capacidad Utilizada
1	327.600	164.320	50%
2	327.600	164.320	50%
3	327.600	164.320	50%
4	327.600	164.320	50%
5	327.600	164.320	50%

Fuente: Cuadro de la capacidad instalada de producción No.36 y N° 38 capacidad de utilizada de producción

Elaboración: La Autora

El porcentaje de la capacidad utilizada se procede a obtener la cantidad de la capacidad instalada es **327.600**, contando con la capacidad utilizada de la empresa es **164.320** este valor se obtiene del cuadro N° 38, seguidamente procedo a multiplicar la participación de la empresa es de **164.320** multiplico por 100 seguidamente divido por la capacidad instalada es **327.600** obteniendo el porcentaje del **50%** en el año 1. En la cual la empresa trabajara con el mismo número de producción para todos los 5 años de vida útil del proyecto

a.3. Capacidad Financiera

El proyecto en estudio será realizable mediante capital propio y capital externo, a través de un crédito mediante el Banco del Austro.

LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

El estudio de localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto, contribuyen a minimizar los costos de inversión y, los costos y gastos durante el período productivo del proyecto. El objetivo que persigue es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio. Esta parte es fundamental porque se debe tomar en cuenta algunos factores tanto de localización como la macro y micro localización.

FACTORES DE LA LOCALIZACIÓN

Para la ubicación de la microempresa se tomó en cuenta algunos factores para determinar una óptima localización del proyecto, ya que estos inciden forma considerable como son:

✓ Materia prima

Las materias primas como leche, maní, esencia, y otros serán adquiridos en grandes volúmenes se comprara a los distribuidores de la ciudad de catamayo por ser quienes comercializan las diversas variedades para elaborar los helados.

Además se ha escogido el maní como materia prima para la elaboración de los helados, en razón de que esta proviene de muchos nutrientes que bastará solo añadir la cantidad necesaria de leche entera y esencia para obtener una calidad de helados adecuada.

Otra ventaja de usar este tipo de materia prima es garantizar la elaboración de los helados de maní en cualquier época del año.

✓ Transporte

El lugar donde se va a ubicar la micro empresa, si existen medios de transporte necesarios

para tener así acceso al mercado, adquisición de materia prima, comercialización del producto, y el fácil acceso de los clientes y de quienes laborarán, existe línea de bus urbano público en el sector "LA COLINA", así como existe buena vía para acceso a vehículos de carga, y cualquier tipo de vehículo.

✓ **Servicios Básicos**

El lugar cuenta con los servicios básicos necesarios como son: agua, energía eléctrica, teléfono, alcantarillado e inclusive tiene acceso a internet, actualmente tan importante, por medio de la cual también se puede acceder a la materia prima. El compromiso de la empresa con los clientes, se deben mantener altos niveles de salubridad e higiene.

✓ **Vías de comunicación**

El sistema de vías que suscriba a la empresa debería ser de primer orden, sin embargo consciente de la realidad local, por lo menos se deberá pensar en que las vías principales deben encontrarse en condiciones aceptables para evitar posibles daños en el producto y los vehículos.

✓ **Recursos**

La microempresa contará con recursos humanos de alta calidad y con altos conocimientos en la elaboración del producto, enriquecidas de la gran experiencia compartida con los empleados no sólo en la elaboración sino en la coordinación de los procesos tan necesaria para alcanzar el éxito, por lo que este recurso humano viene a constituir el activo más importante de la empresa; así mismo contará con un adecuado equipamiento de instrumentos y accesorios necesarios para el proceso y la tecnología necesaria.

✓ **Mano de obra**

La ciudad de catamayo cuenta con centros de estudios que provee profesionales competentes, además por la situación geográfica muchas personas emigran de los distintos cantones de la ciudad, lo que incide en la existencia permanente de mano de obra calificada y no calificada.

Los helados de maní “king’s maní” cuenta con un personal especializado en la elaboración de los helados de maní, así como personas capacitadas para el área financiera y en ventas, ya que muchas de ellas tienen preparación académica.

✓ **Factores legales y económicos**

La ciudad de catamayo como Cantón de la provincia de Loja, dispone de las condiciones legales y económicas que respalden la creación de una nueva empresa.

✓ **Aspectos Ambientales**

Impacto Ambiental

En la era industrial y hasta pocos años las sociedades creían en la doctrina económica del crecimiento exponencial, basada en la posibilidad ilimitada de la tierra para sustentar el crecimiento económico.

En la actualidad sabemos que nuestro planeta no tiene la capacidad para soportar en forma indefinida el actual orden económico internacional, que los recursos naturales tienen su limitación, y que los residuos sólidos, líquidos o gaseosos de nuestra forma de vida conllevan a un gravísimo riesgo para la salud del planeta, incluido lógicamente el hombre.

El proyecto en estudio consciente de la importancia de cuidar el medio ambiente tiene como propósito fundamental manejar en forma responsable los asuntos humanos, así como reducir al mínimo la destrucción del ecosistema, y elevar al máximo las posibilidades de supervivencia de todas las formas de vida, de manera que sea posible vivir en armonía con la naturaleza.

Contará con un manejo ambiental riguroso, cumpliendo con todos los registros sanitarios y las ordenanzas municipales, se dará un tratamiento adecuado a los residuos líquidos como consecuencia del proceso productivo y del lavado y desinfectado de la planta, maquinaria, equipos, para la conservación del entorno natural, así como la flora y fauna existente en el sector.

Las condiciones sanitarias en que se desarrollarán las actividades productivas de la microempresa, permitirán garantizar tanto la calidad de los productos así como un ambiente adecuado para todos quienes laborarán en la planta de producción de helados de maní, precautelando de esta forma su salud y la seguridad.

Para este fin se llevará un control sobre la higiene y desinfección tanto de la planta, de todos los implementos que se utilizará dentro del proceso de producción, y la realización periódica de exámenes médicos de todo su personal, para preservar la salud de éstos y la de los consumidores finales, brindándole un producto de calidad higiénicamente elaborado.

El combustible no afectará ya que para este producto a elaborar no utilizaremos gas en la cual no abran contaminantes y el almacenamiento del producto final será en cuarto frío que posean las cualidades aptas para la conservación de los helados de maní, así como después de su elaboración, congelación, paleteados y etiquetado, para garantizar su conservación, y la calidad del producto.

Cuadro No. 40

Impacto Ambiental de la planta de producción de los Helados de Maní “king’s maní”

Nro.	IMPACTO	CAUSA	MEDIDAS
1	Contaminación del agua y suelo	Aguas residuales	Tratamiento adecuado de aguas de limpieza de instalaciones, Maquinaria, para reutilizarla en sanitarios.
2	Salud de los trabajadores	Accidentes de trabajo	Utilizar guantes, mandil.
3	Incendios	Utilización de energía eléctrica	Tener extinguidores en lugares estratégicos.

Elaboración: La Autora.

El sistema contra incendios estará comprendido por la colocación de extinguidores en la recepción de materia prima e insumos, área de producción (cerca de las maquinarias industriales), y oficinas internas.

MACRO-LOCALIZACIÓN

Una vez que se ha analizado cada uno de los factores para obtener una óptima localización de la microempresa dedicada a la elaboración de los helados de maní, su ubicación será, en la Región Sur del Ecuador, Provincia de Loja, Cantón Catamayo, ciudad de Catamayo.

Catamayo es un cantón se encuentra ubicado provincia de Loja, Ecuador. Se caracteriza por maravillosos paisajes naturales, destaca una flora y fauna exuberantes. Posee valles más fértiles, de abundancia agrícola de la Región, los mismos son bañados por dos ríos, Boquerón y Guayabal.

Cabecera Cantonal: Catamayo (La Toma). **Extensión del Cantón:** 649 Km².

Ubicación: Está ubicado hacia la parte nor-este de la provincia de Loja y sus límites son:

Clima: Cálido seco en Catamayo y Subtropical húmedo en las parroquias; es agradable para vivirlo y muy productivo en recursos agropecuarios.

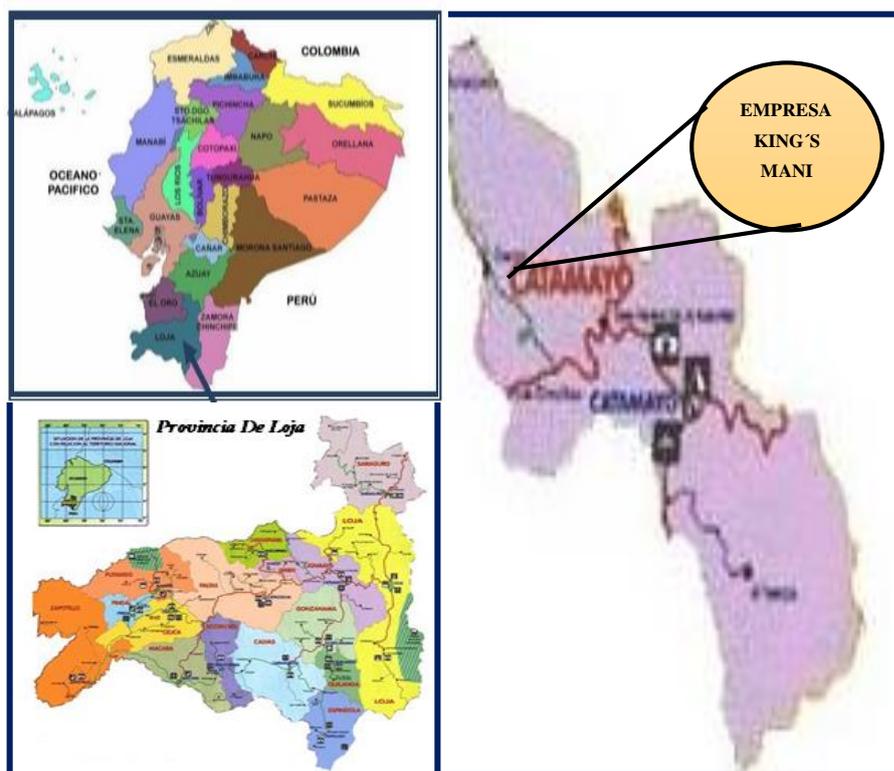
Temperatura: 25°C.

Altitud: 1000m.s.n.m.

División Política:

- Parroquia urbana: Catamayo.
- Parroquias Rurales: El Tambo, Guayquichuma, San Pedro de la Bendita y Zambi.

Grafico n° 41
Macro localización



Fuente: Catamayo.quebarato.com.ec

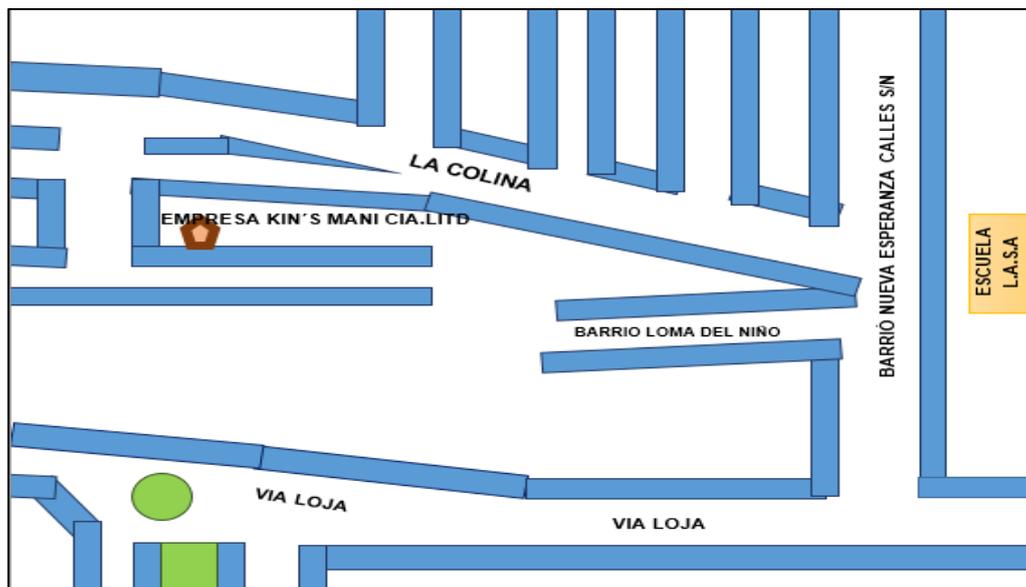
Elaboración: La Autora

MICRO LOCALIZACIÓN

La empresa King's Maní Cía. Ltda. Estará ubicada en la ciudad de catamayo barrio la colina entre el barrio nueva esperanza, es un lugar de fácil acceso vehicular a la micro-empresa y cuenta con todo el espacio físico necesario para la producción y comercialización de los helados de maní.

Para determinar la información que corresponde a la ubicación detallada de las instalaciones de la empresa en la ciudad de catamayo, me apoye en la información del departamento de avalúos y catastros del ilustre GAD de catamayo, elaborado así el grafico del micro localización.

Grafico n° 42
Micro localización



Elaboración: La Autora

INGENIERÍA DEL PROYECTO

El estudio de la ingeniería del proyecto se lo realiza con la finalidad de poder determinar los aspectos relacionados con la infraestructura física, tecnología necesaria, proceso de

producción y maquinaria para la operación y distribución de la planta. Esto presenta un primer acercamiento a las realidades del medio para poder llevar a cabo el funcionamiento de la planta.

PROCESO DE PRODUCCIÓN

Aquí se realiza la descripción de las diversas etapas por los cuales las materias primas sufren transformación para obtener el producto terminado, en mi caso helados de maní.

➤ Descripción del Proceso Productivo

Grafico n° 43



- 1. Recepción de la materia prima:** En esta etapa para la elaboración de los helados se utilizará 4 ingredientes: maní tostado, leche entera, azúcar y leche en polvo. Los ingredientes serán rigurosamente seleccionados a proveedores confiables como son los comerciantes de mercado de catamayo y la empresa Lenutrit de la ciudad de Loja en la cual hacen recorrido del producto en catamayo y se establece el día de la entrega ya que este producto es indispensable para la producción de los helados, se realiza durante **15 minutos**
- 2. Utilización de Recipiente:** En **5 minutos** se procede a poner la leche en olla de 26 litros según los litros y cantidad de helados que se vaya a producir en este caso se va a producir 632 helados.
- 3. Dosimetría:** Seleccionados los insumos, se procederá al pesado de los mismos de acuerdo a la formulación de la mezcla previamente calculada en una balanza, tiempo aproximado **5 minutos**.

4. **Batir:** En esta etapa se procederá a unir, todos los ingredientes líquidos (leche entera, leche en polvo y azúcar) posteriormente los sólidos (maní). Esto se realiza en la batidora industrial. Todos los ingredientes mezclados se bate por un tiempo de **15** minutos hasta que todos los ingredientes estén triturados.
5. **Licuar:** Una vez batida, se procede a colocar en una licuadora industrial el maní tostado, por el lapso de **10** minutos, hasta obtener el maní granulado.
6. **Refrigeración:** Ya lista esta preparación con la mezcla de todos los ingredientes. Se procede a poner en un balde para colocarlo en el congelador **35** minutos para que la leche se convierta en crema.
7. **Armar:** En esta etapa importante se procede armar los vasos (moldes) en las latas **15** minutos.
8. **Envasado:** Ya cumplida los 35 minutos se procede a sacar el balde del congelador, seguidamente se procede al envasado con un tiempo de **15** minutos.
9. **Paleta:** Realizado el control de calidad, se procede a colocar las paletas con **15** minutos.
10. **Congelación:** Una vez realizada correctamente los pasos anteriores se procede a ubicar las latas con los helados en los respectivo congelador con un medio de congelación por debajo de los -5°C llegándose hasta -10°C , por un tiempo de **4** horas.
11. **Enfundado y sellado:** Seguidamente luego de obtener el helado congelado procedemos a enfundar (la funda ya obtiene la etiqueta) y sellar de forma manual para lo cual se utiliza una tabla, guantes, un recipiente con agua, mandiles, fundas con un tiempo de **1** hora.

12. Control de calidad: El Control de Calidad se procede a la inspección y supervisión de un excelente enfundado con una demora de **5** minutos.

13. Conservación del helado (Almacenamiento): Se procede a colocar el producto terminado en un congelador por el lapso de **45** minutos, con la finalidad de mantener el producto fresco para los consumidores

El proceso descrito es el que se utilizará en la Planta en proyecto ubicada en el Barrio (la Colina) que permitirá brindar un producto final de excelente calidad a las familias catamayences.

El control la calidad será riguroso durante toda la elaboración de los helados, siendo necesario seguir el proceso muy de cerca, para que ésta sea apreciada por los consumidores.

BALANCE DE MATERIALES

✓ Materia Prima directa

Leche: Se utilizara 26 litros de leche

Maní: se utilizara 20 libras de maní

Leche en polvo: se utilizara 8 fundas de leche en polvo de 400g

Azúcar: Se utilizara 25 libras de azúcar

✓ Materia prima Indirecta

Paletas: Se utilizara 63 paquetes de paletas en cada paquete tiene (100 unidades de paletas).

Fundas: Se utilizara 63 paquetes de fundas polyfan con su respectiva etiqueta y en cada paquete de fundas tiene (100 unidades).

DIAGRAMA DE FLUJOS DE PROCESOS

Se describen los diferentes tipos de actividades dentro del proceso productivo, de manera sencilla y entendible para la obtención de un producto terminado de calidad. A continuación se describe los símbolos convencionales de aceptación universal en el flujo grama.

Grafico N° 44



FLUJO GRAMA DEL PROCESO PARA LA ELABORACION DE HELADOS DE MANI “EMPRESA MANI KING S.A”

Grafico N° 45



Para el proceso de producción de helados de maní se contratara **2** personas encargadas de llevar el proceso, en la cual los 480 minutos representan las **8** horas diarias de trabajo llevando acabo **632** helados diarios.

**DIAGRAMA DEL PROCESO DE RECORRIDO PARA LA ELABORACIÓN DE
HELADOS DE MANÍ “EMPRESA KING MANÍ S.A”**

Grafico N° 46

FASES	OPERACION	INSPECCION	OPERACIÓN E INSPECCION	ESPERA	TRANSPORTE	ALMACENAMIENTO	FUNCIONARIOS	DESCRIPCION DEL PROCESO (ACTIVIDADES)	DISTANCIA (METROS)	TIEMPO (MINUTOS)
	●	■	□○	⌒	➔	▼	B			
1			□○				B	Recepción de materia prima	1	15´
2	●						OP1	Utilización de Recipientes	2	5´
3					➔		OP1	Docimetría	2	5´
4	●						OP2	Batir	2	15
5	●						OP1	Licuar	3	10´
6				⌒			OP2	Refrigeración	3	35´
7	●						OP1	Armar	1	15´
8	●						OP1	Envasado	0	15´
9	●						OP2	Paletas	1	15´
10				⌒			OP1	Congelar	0	240´
11	●						OP2	Enfundado y sellado	3	60´
12		■					JP	Control de calidad	1	15´
13						▼	JP	Conservación del helado (Almacenamiento)	1	45´
14	7	1	1	2	1	1		TOTALES		480´

B= Bodeguero; OP1= Obrero de produccion 1; OP2= Obrero2; JP= Jefe de produccion

La empresa no cuenta con un jefe de producción en este caso cumple el rol el obrero de producción 1.

REQUERIMIENTOS TECNICOS

Maquinaria, equipo artesanal y demás herramientas e insumos de producción

En vista de que se plantea la elaboración de los helados de maní, los requerimientos tecnológicos no son muy grandes ni de gran desarrollo industrial. Pero debemos recalcar que para que un emprendimiento tenga éxito y garantizar un proceso de ventas efectivo, a más de tener un personal seleccionado y preparado, y una diferenciación en el producto, se lo complementa con herramientas tecnológicas, sin perder la esencia que garantice su calidad.

Es necesario la innovación permanente en todos los aspectos que conforman la organización, observando los cambios en el entorno competitivo en el país, para poder reaccionar a tiempo y ajustar nuestras estrategias para crecer como empresa, es decir hay que ser flexibles, ágiles e innovadores, puesto que el modelo de negocio para este proyecto será ofrecer al cliente un producto de de alta calidad, para trascender en el tiempo.

Por lo tanto la maquinaria y equipo e insumos que utilizaremos serán los siguientes:

TECNOLOGÍA A UTILIZAR

La tecnología que se utilizara está representada por la maquinaria requerida para la producción de helados de maní, su descripción a continuación.

Características de la maquinaria, equipo y demás herramientas de producción.

- **Congelador Horizontal INDURAMA Panorámico Acero Inoxidable Regulado.**

Grafico N° 47



Congelador semi - industrial grande con interno con acero inoxidable doble vidrio panorámico garantía de un año total entrega a domicilio, regulador de temperatura dos vidrios templados claro dúo congela o refrigera motor ecológico 134ª bajo consumo.

- **Licuada eléctrica OSTER**

Grafico N° 48



Marca: Black and Decker

Referencia: 110556

Material: vidrio

Fuente de energía: electricidad

Voltaje: 120 voltios fabricado artesanalmente, con capacidad de batir 5 lib/min. El mismo que servirá para mezclar el maní con todos los ingredientes. Su diseño permite acceder fácilmente a todos sus mecanismos, de fácil limpieza.

- **Batidora semi industrial eléctrica**

Grafico N° 49



Marca: Oster

- ✓ Batidora industrial de 3 velocidades
- ✓ Acabado laminado con pintura de esmalte con cazo laminado o en Acero Inoxidable.
- ✓ Accesorios en aluminio: globo, gancho y paleta.
- ✓ Motor monofásico, trifásico para 60 litros.

➤ ***cuchara grande de madera***

Grafico N° 50



La cuchara de madera será de un metro de largo, con mango de 3cm de ancho y con un diámetro de la parte inferior de la cuchara de 10cm.

➤ **Máquina de Pegado**

Grafico N° 51



Esta máquina es la parte importante para el producto ya que con ella se sella el mismo.

➤ **Mesa de Producción**

Grafico N° 52



Mesa metálica inoxidable utilizada para la producción con las medidas de 2m x 80cm

➤ **Moldes para Helado**

Grafico N° 53



Vasos de aluminio equipo de producción importante para la realización de los helados.

➤ **Latas**

Grafico N° 54



Latas inoxidables se las utiliza para armar los vasos de aluminio para los helados y en si para colocar en los congeladores.

➤ **Parrillas**

Grafico N° 55



Estas parrillas se utilizaran para poder colocar las latas inoxidables.

<p><i>Materia prima directa.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Leche ✓ Leche en polvo ✓ Maní ✓ Azúcar ✓ Vasos ✓ Paletas ✓ Fundas ✓ Esencias <p><i>Materia Prima Indirecta</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Paletas para los helados ✓ Fundas- etiquetadas <p><i>Utensilios</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Baldes ✓ Cucharas ✓ Delantales ✓ Gorros ✓ Mandiles <p><i>Útiles de aseo</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Trapeadores ✓ Escobas ✓ Recogedor ✓ Basurero ✓ Cloro ✓ Jabón ✓ Sarrolin <p><i>Personal Administrativo y de Ventas</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 1 Administrador ➤ 1 Secretaria llevara la contadora ➤ 1 Asesor jurídico temporal 	<p><i>Equipo de Computación</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Computadora, Pentium 4, con impresora <p><i>Personal de Ventas</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 1 Vendedor <p><i>Mano De Obra Directa</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 2 Obrero <p><i>Útiles de Oficina</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Lápiz, esferos, borradores. ✓ Grapadora, perforadora ✓ Hojas papel bond Ø Tinta impresora <p><i>Equipo de Oficina</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 1 sumadora <p><i>Muebles y Enseres de Oficina</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 1 archivador Ø 4 sillas, Escritorios <p><i>Servicios Básicos</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Agua ✓ Luz ✓ Teléfono ✓ Line telefónica ✓ Transporte <p><i>Muebles y Enseres para la Producción</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 1 mesa metálica 2m x 80cm
---	--

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

La planta de producción de la empresa maní King, estará dividida en 5 partes o secciones que son:

Sector administrativo: Dentro de este sector estarán ubicadas las oficinas donde presentaran sus servicios el personal administrativo, ubicado aquí las oficinas del gerente, secretaria contadora, jefe de producción y una sala de espera para clientes.

Para la implementación de la Planta productora de los helados de maní, la “King’s Maní”, cuenta con un área física, con edificación en óptimas condiciones, así como el cuarto frío adecuados debidamente para la conservación de los helados. La ubicación en el del Barrio la Colina de esta ciudad.

El área es de 200 metros cuadrados, con paredes y pisos de cerámica, cuenta con drenajes adecuados, desagües, ventilación, servicios básicos (agua, energía, alcantarillado) y características técnicas requeridas para la producción de los helados de maní, la “King’s Maní”.

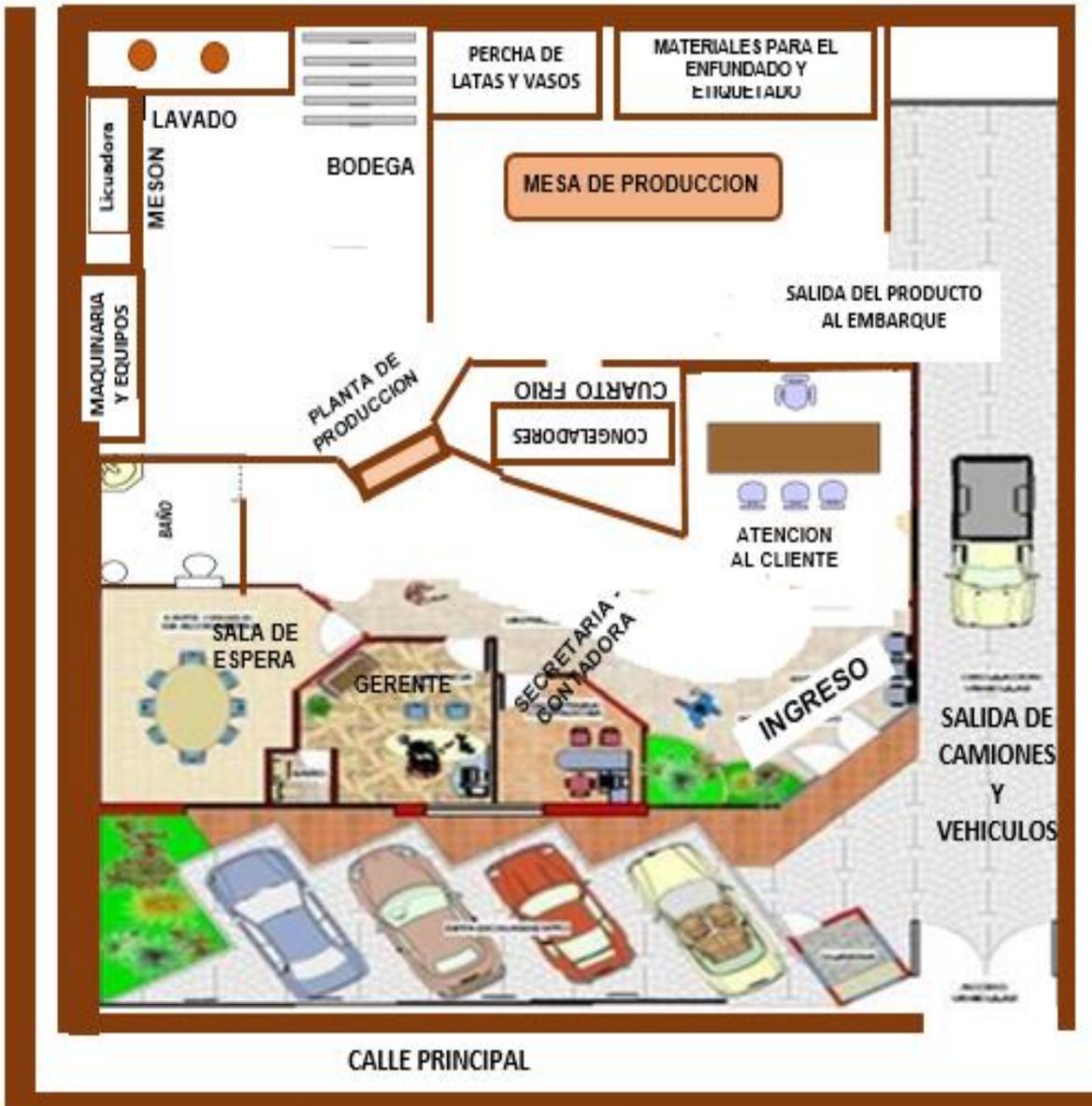
El área disponible dentro de la planta constará de los siguientes ambientes:

Cuadro N° 56 A

	DETALLE	m2
1	Servicios Higiénicos	9m2
1	Bodega de Materia Prima e insumos	12m2
1	Área de producción	56m ²
1	Cuarto para lavado o limpieza	6,5m ²
1	Cuarto frío	24m ²
	TOTAL	107,5m2

DISEÑO DE LA PLANTA

Cuadro N° 56 B



ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

ESTUDIO ORGANIZATIVO

Es esta fase del proyecto es donde se aclarara el tipo de organización jurídica con la que contara la empresa, su estructura organizativa con sus respectivos niveles jerárquicos y con los diferentes organigramas para un buen desarrollo de las actividades.

□ Requisitos para la constitución de la microempresa

Entre estos puntos procedemos a desglosar los parámetros a cumplirse para su funcionamiento.

- Acta de constitución
- Emisión del Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Patente Municipal
- Permiso Único de Funcionamiento Anual
- Permiso de la Dirección de Higiene Municipal
- Permiso de funcionamiento Ministerio Salud Pública (M.S.P) y Cuerpo de Bomberos.



BASE LEGAL

Toda empresa para su libre ejercicio o funcionamiento debe tener ciertos requisitos exigidos por la ley. La empresa de elaboración de helados de maní, estará conformada como una compañía de responsabilidad limitada de acuerdo al art. 93 de compañías,

La compañía se constituirá mediante escritura pública que previo mandato de la superintendencia de Compañías será inscrita en el registro mercantil. Al momento de constituirse la compañía, el capital suscrito y pagado mínimo será el establecido por la resolución de carácter general que expida la superintendencia de Compañías; el monto mínimo de capital suscrito para esta clase de compañías, distribuidos por acciones.

a. NOMBRE NACIONALIDAD Y DOMICILIO DE LOS SOCIOS QUE LA FORMAN.

Johanna Beatriz Ordoñez Aguilar con número de CI: 110459993-9 de nacionalidad ecuatoriana con domicilio en la provincia de Loja, Cantón y Ciudad Catamayo;

María Bartola Ordoñez Aguilar con número de CI: 110234755-4 de nacionalidad ecuatoriana con domicilio en la provincia de Loja, Cantón y Ciudad Catamayo.

b. LA RAZON SOCIAL O DEMONINACION.

Nombre bajo el cual la empresa opera, el mismo que debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la ley. La razón social de la empresa a conformarse es **“EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HELADOS DE MANÍ PARA LA CIUDAD DE CATAMAYO”** Cía. Ltda.

La compañía se contraerá mediante Escritura Publica según la Superintendencia de Compañías, así mismo será inscrita en el registro mercantil.

c. DOMICILIO

La Empresa **King's Maní Cía. Ltda.** Tendrá su domicilio en la ciudad de catamayo, en el Barrio La Colina en las calles sin nombre.

d. OBJETIVO SOCIAL.

Desde su ámbito de acción hará un aporte a la sociedad, con la creación de una empresa productora y Comercializadora de los helados de maní, para la ciudad de Catamayo.

e. TIEMPO DE DURACIÓN.

Toda actividad productiva tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa y posterior a ello se mide los resultados obtenidos frente a los esperados. La duración de vida útil de la empresa será de 5 años a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil.

f. VISIÓN, MISIÓN, VALORES Y METAS DE LA EMPRESA KING'S MANÍ CIA LTDA.

- **VISIÓN**

Convertir a King's Maní, para el año 2018 en la marca líder, en la producción, comercialización y preferencia de los consumidores catamayences, brindando excelente calidad, servicio y precios justos a nuestros clientes y consumidores, buscando mantener la rentabilidad y sostenibilidad que beneficie a nuestros empleados y a la comunidad en general.

- **MISIÓN**

“Elaborar los helados con la misma calidad y sabor de siempre, satisfaciendo los gustos del cliente, con la cantidad suficiente de unidades para garantizar abastecimiento y

frescura del producto, utilizando materia prima de primera calidad y manteniendo siempre las normas de higiene” con un equipo humano motivado, con sólidos principios éticos y orientado al servicio para así proyectar una imagen de solidez y responsabilidad.

- **VALORES**

- Servicio
- Honestidad
- Excelencia
- Respeto
- Responsabilidad
- Compromiso Social.

- **METAS DE LA EMPRESA KING’S MANI CIA LTADA.**

Cercanía con nuestros clientes: Nosotros servimos a nuestros clientes y aprendemos de ellos.

Estrategias de posicionamiento y liderazgo: Nosotros realizamos un buen trabajo, que nos lleven hacia la innovación y el constante desarrollo.

Dirección Efectiva: Impulsaremos la responsabilidad de cada empleado y los encaminaremos hacia nuestras metas.

Calidad Total: Queremos brindar productos de calidad.

Empleados Comprometidos con la Empresa: Queremos empleados motivados y comprometidos con su trabajo. Cada empleado será responsable del capital humano y de la conservación de nuestra empresa.

Comunicación Organizacional: Nos comunicaremos unos con otros libremente y con respeto.

Creatividad e Innovación: Trabajaremos en un entorno en donde las ideas y el desarrollo fluyan, e impulsar la creatividad de nuestros empleados.

Ganancias: Aprovecharemos muy bien las ganancias y veremos en ella la fuerza de la empresa.

Competencia: Competimos justamente.

NIVELES ADMINISTRATIVOS.

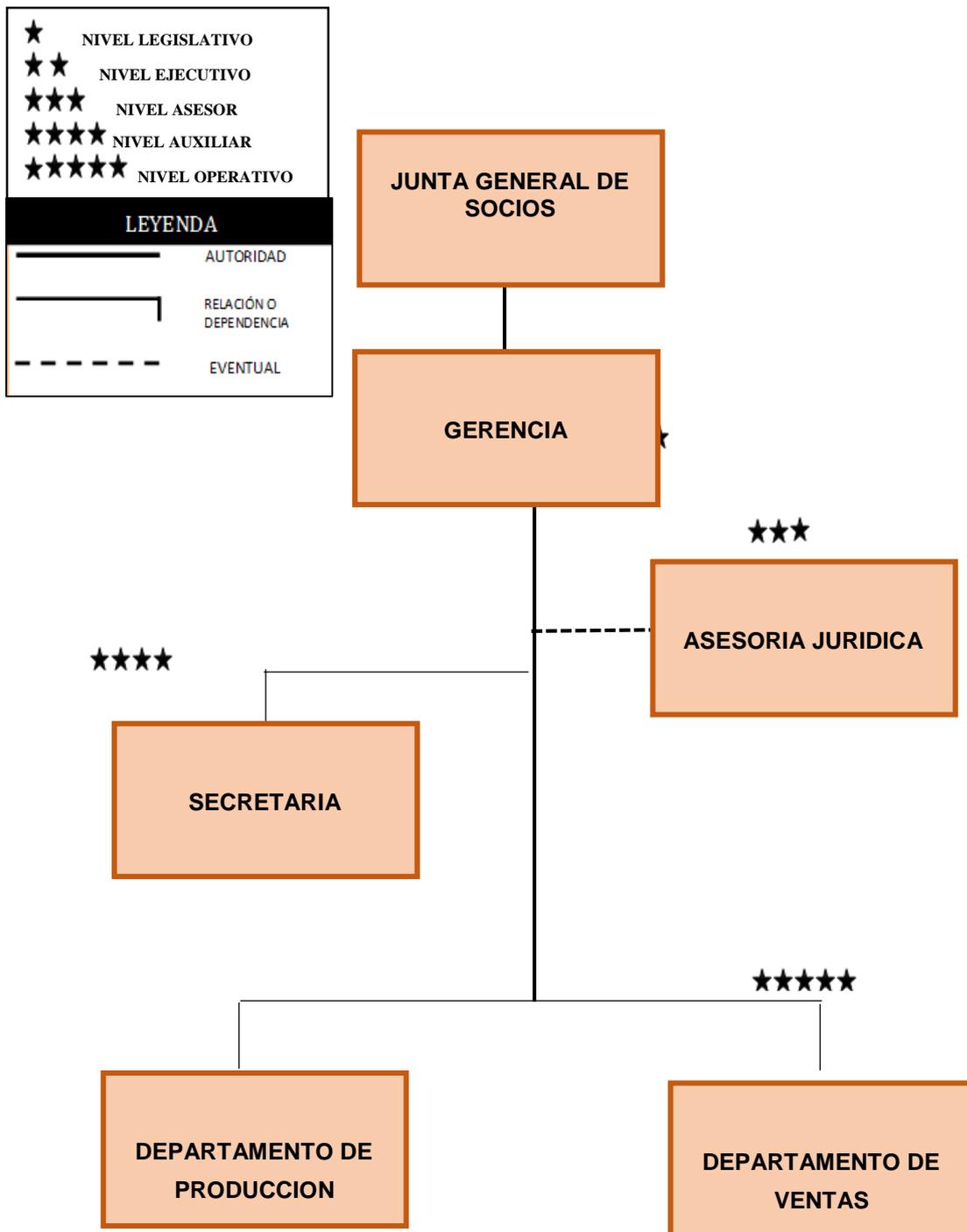
Los niveles administrativos en la empresa se han agrupado en los niveles de responsabilidad – autoridad y según los establece la ley de compañías.

- **Nivel Legislativo – Directivo.-** Representa el máximo nivel de dirección de la empresa y se encuentra representado por la junta general de socios. Su función principal es la de legislar sobre la política de la organización, reglamentos, ordenanzas, políticas, resoluciones.
- **Nivel Ejecutivo.-** Este nivel está representado por el gerente, y se toman decisiones sobre actividades básicas que garanticen el buen desempeño de la empresa.
- **Nivel Asesor.-** En este nivel se aconseja, informa y preparan proyectos de materia jurídica, técnica, contable y de las demás áreas que es estén asesorando. En la empresa está representada por el abogado y el ingeniero e industrias.
- **Nivel Auxiliar.-** En este nivel se presta ayuda a otros niveles administrativos, está representado en la empresa por la secretaria.

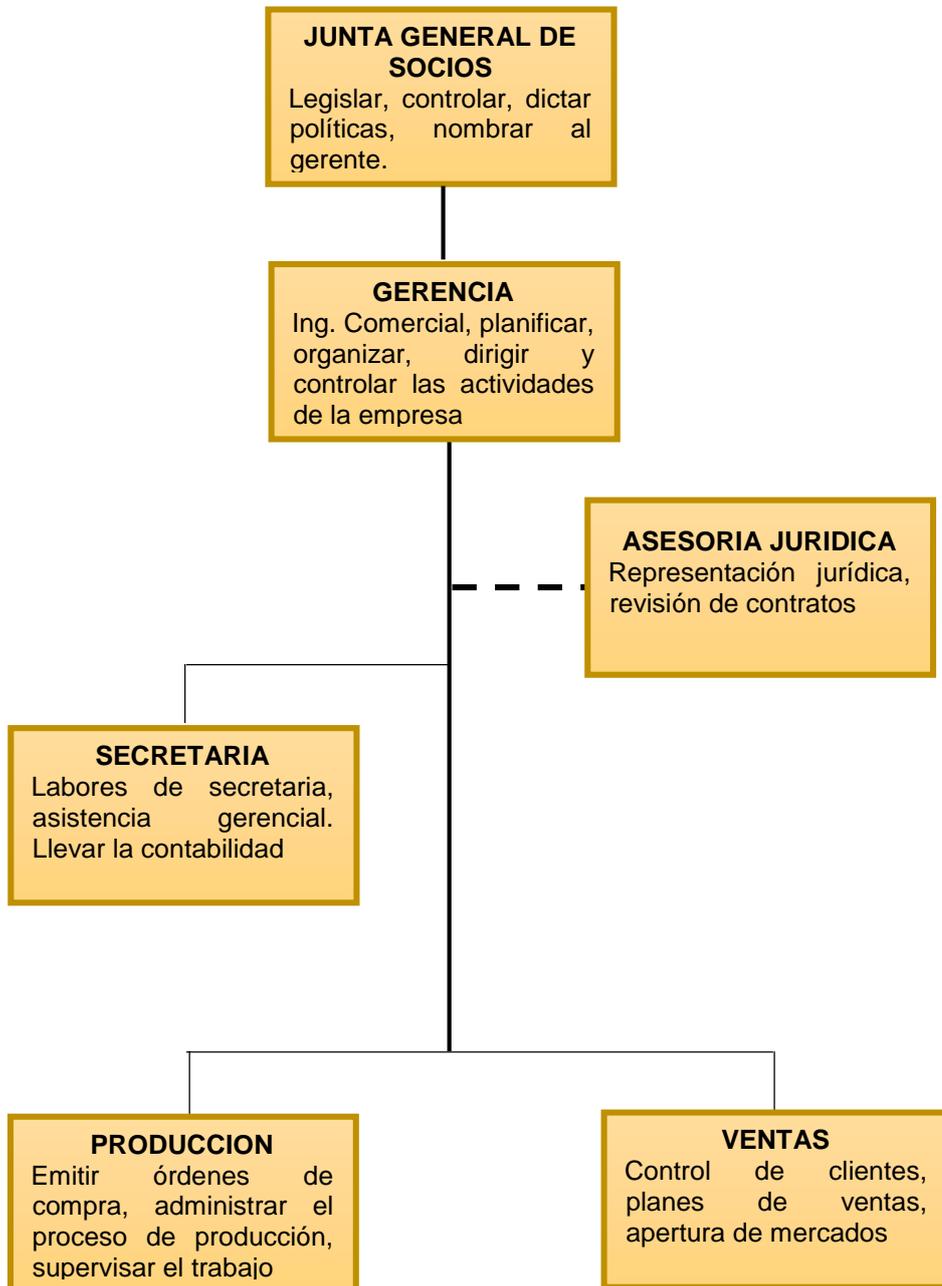
- **Nivel Operativo.-** Se encuentra representado por los jefes departamentales de Finanzas (Contabilidad), producción y ventas. Este nivel es el responsable de materializar los objetivos de la empresa.

ORGANIGRAMAS

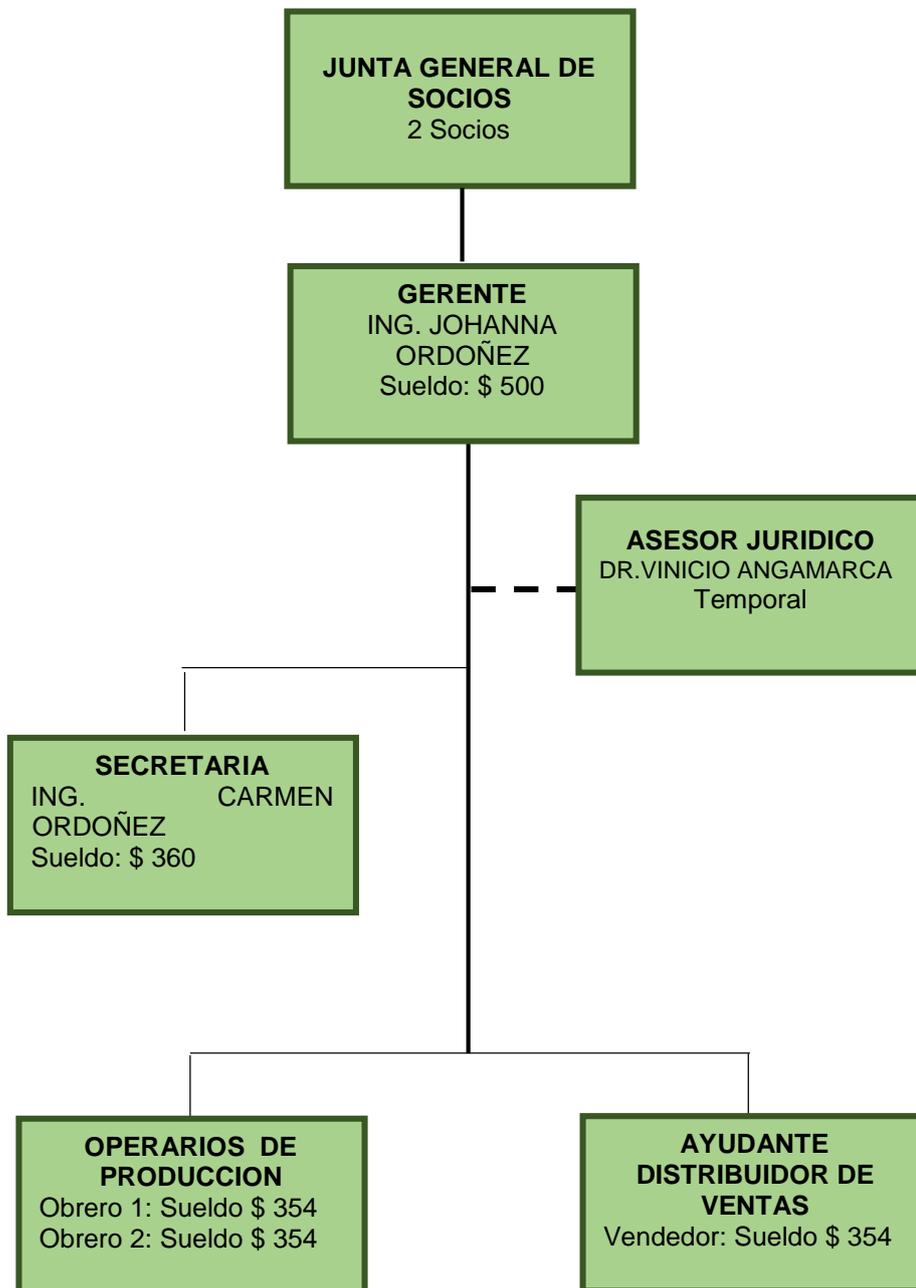
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA “MANI KING’S.” Cía. Ltda.



ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA “MANI KING´S” Cía. Ltda.



ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA “MANI KING’S” Cía. Ltda.



MANUAL DE FUNCIONES

Son documentos que dentro de la organización ayuda a la administración de talento humano en donde se determinan las características de un puesto, los requisitos que deben cumplir el ocupante del mismo y las funciones que debe ejecutar. A continuación el manual de funciones de la empresa **KING'S MANI**.

Cuadro N° 57

Gerente General

EMPRESA KING'S MANI
MANUAL DE FUNCIONES DE GERENTE GENERAL
CODIGO: 001 TITULO DEL PUESTO: GERENTE GENERAL NIVEL JERARQUICO: Ejecutivo SUPERIOR INMEDIATO: Junta General de Socios. SUPERVISA A: Jefe de Talento Humano, Jefe de Finanzas, Jefe de Producción y Jefe de Marketing. REQUISITOS: Titulo de ING. Administración de Empresas o ING. Comercial, conocimientos de informática y relaciones humanas. EXPERIENCIA: 3 Años.
NATURALEZA DEL TRABAJO: Es responsable ante los accionistas, por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional, junto con los jefes operacionales planea, dirige y controla las actividades de la empresa. Ejerce autoridad funcional sobre el resto de cargos ejecutivos, administrativos y operacionales de la empresa.
FUNCIONES TÍPICAS: <ul style="list-style-type: none">✓ Representación judicial y extrajudicial a la empresa.✓ Mantener la buena imagen de la empresa antes la sociedad.✓ Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.✓ Resuelve problemas presentados por los subordinados.✓ Dirige el plan operativo de la empresa, con el correspondiente presupuesto anual.✓ Coordinar actividades con los demás jefes departamentales.✓ Tramitar órdenes, contratos, cheques y más documentos que el reglamento autorice, aprobando, autorizando y firmando para lograr un correcto desenvolvimiento de la empresa en su cargo.
FUNCIONES OCASIONALES: Asistencia a reuniones con la Junta General de Socios en forma eventual para presentar informes sobre el manejo de la empresa.

Cuadro N° 58

Asesor Jurídico

EMPRESA KING'S MANÍ
MANUAL DE FUNCIONES DE ASESOR JURIDICO.
CODIGO: 002
TITULO DEL PUESTO: ASESOR JURIDICO.
NIVEL JERARQUICO: Asesoría
SUPERIOR INMEDIATO: Junta General de Socios.
CARACTERISTICAS: Representación y Asesoramiento en el campo Jurídico
REQUISITOS: Doctor en Jurisprudencia. Conocimiento en las áreas mercantiles y laborales.
EXPERIENCIA: 2 Años.
FUNCIONES TÍPICAS: <ul style="list-style-type: none">✓ Representación legal de la empresa.✓ Asesorar a directivos y ejecutivos en materia legal.✓ Emitir informes sobre: contratos, reglamentos, ordenanzas de acuerdos, resoluciones y disposiciones que afecten o beneficien a la organización.

Cuadro N° 59
Secretaria lleva la contabilidad

EMPRESA KING'S MANÍ
MANUAL DE FUNCIONES SECRETARIA – CONTADORA
CODIGO: 003
TITULO DEL PUESTO: SECRETARIA - CONTADORA
NIVEL JERARQUICO: Auxiliar
SUPERIOR INMEDIATO: Junta General de Socios.
CARACTERISTICAS: Llevar el control contable de la empresa, registro de pagos y actividades de secretaria.
REQUISITOS: Titulo de contador (a) Publico autorizado. Conocimientos de presupuestos y costos. Conocimientos de ofimática.
EXPERIENCIA: 2 Años.
FUNCIONES TIPICAS: <ul style="list-style-type: none">✓ Llevar libros de actas✓ Receptar, clasificar y registrar en libros los documentos que ingresan a la empresa✓ Receptar y efectuar llamadas telefónicas✓ Registrar la asistencia diaria del personal.✓ Elaborar y registrar comprobantes de ingreso y egreso contable.✓ Presentar los informes económicos y contables solicitados por los superiores, y más funciones que le sean encomendadas.

Cuadro N° 60

Ayudante de Ventas

EMPRESA KING'S MANI
MANUAL DE FUNCIONES AYUDANTE DE VENTAS
CODIGO: 007 TITULO DEL PUESTO: AYUDANTE DE VENTAS NIVEL JERARQUICO: Operativo. SUPERIOR INMEDIATO: Jefe de producción
CARACTERISTICAS: Ventas y promoción de productos de la ciudad.
REQUISITOS: Mínimo Bachiller. Conocimientos fundamentales en ventas y atención al cliente.
FUNCIONES TÍPICAS: <ul style="list-style-type: none">✓ Promoción y comercialización del producto.✓ Entrega de pedidos a clientes✓ Elaboración de informes y control de producto vendido✓ Más funciones que le asignen los superiores.

Cuadro N° 61

Obrero

EMPRESA KING'S MANI
MANUAL DE FUNCIONES OBRERO
CODIGO: 005 TITULO DEL PUESTO: OBRERO NIVEL JERARQUICO: Operativos SUPERIOR INMEDIATO: Junta General de Socios.
CARACTERISTICAS: Producción y control de productos
REQUISITOS: Mínimo bachiller. Conocimientos fundamentales sobre maquinarias.
FUNCIONES TIPICAS: <ul style="list-style-type: none">✓ Transporte de insumos y materia prima✓ Operación y manejo de maquinas✓ Pesado y transportación interna de materia primas.✓ Control de la producción✓ Dosificación y enfundado del producto✓ Embalaje de productos✓ Limpieza diaria de producción.✓ Más funciones que le asigne los superiores.

ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO

Es decir que el estudio económico-financiero estudia si la inversión que se quiere realizar será rentable o no, y determina cuál es el monto de recursos económicos que se necesitan para la realización del proyecto, cuál será el costo que implica para que la planta opere (producción, administración y ventas), y estas sirven de base para la evaluación económica, que es la parte final del proyecto.

IMPACTO

Mediante la creación de una empresa dedicada a la comercialización de **HELADOS DE MANI** se logrará satisfacer la demanda de consumidores de la ciudad de catamayo ofreciendo a todos ellos productos de calidad además de garantizar que estos no implican riesgos para la salud y calidad de vida de la población.

En cuanto al impacto social en el marco del reciente desarrollo de la Responsabilidad Social Corporativa incentivará a los empleados en la responsabilidad y cortesía con los clientes. También colaborará con las comunidades locales en las que se desarrolla el negocio.

INVERSION

En esta parte el estudio se centra en la valoración de los recursos que se requieren para la instalación, el montaje y el comienzo del funcionamiento del proyecto es lo que se conoce como las inversiones en el proyecto. La cantidad de dinero que se le asigna al proyecto, está constituida por activos fijos, diferidos y capital de trabajo.

ACTIVOS FIJOS

Están representados por todos los bienes tangibles y son de propiedad de la empresa (muebles e inmuebles), tienen una vida útil mayor a 1 año, son todos los bienes que se

emplean en producción, como en administración y ventas, para efectos contables, los activos fijos están sujetos a depreciaciones de acuerdo a una tabla establecida por la contraloría, excepto terrenos, que se revaloriza debido a la plusvalía generada por el desarrollo urbanístico. Los activos fijos para el presente proyecto son los que a continuación se detalla:

➤ **Adecuaciones e Instalaciones**

Se refiere a la adecuación de la planta de producción y Administrativo, el letrero, la pintada del local, línea telefónica, costo que asciende a **\$ 1.500,00. (ANEXO 3)**

Cuadro no. 62

Presupuesto de Adecuación e Instalaciones

ADECUACION E INSTALACIONES				
DENOMINACIÓN	UNIDAD	CANT	P. U	VAL. TOTAL
Adecuación y Remodelación del local	200 m 2	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
TOTAL				\$ 1.500,00

Fuente: Arq. Alex Córdova

Elaborado: La Autora

Depreciaciones. - Es la distribución sistemática a que están sometidos los Activos Fijos durante su vida útil, siendo una característica principal de éstos es que su duración que debe es superior a un año. Es un fondo destinado a la reinversión del Activo después de su vida útil por el desgaste que sufre este. Para realizar las depreciaciones en el presente proyecto utilizaremos el valor residual que supone una depreciación constante durante la vida útil del activo, el valor de salvamento en la tabla de depreciación será el del valor actual del último año de vida útil del proyecto, en este caso es de **5 años**, siendo éste el valor al cual se puede vender el activo en ese momento (valor de recuperación) Este método se la utilizará para depreciar todos los activos fijos de la empresa en proyecto.

DEPRECIACION DE MAQUINARIA

Valor Activo= 1.820,46

Valor Actual = \$ 1.638,77

Valor Residual = \$ 182,09

Vida Útil = 10 años

Formula

Depreciación Anual = (Valor Activo – Valor residual) / Años de vida útil

➤ Maquinaria para la producción

Este rubro estará conformado por la maquinaria utilizada en la elaboración de los helados de maní de poca tecnología, necesaria para una buena productividad pero garantizando la calidad del producto. Está conformada por una licuadora semi-industrial, una batidora OSTER y dos congeladores horizontales (Indurama). Esta maquinaria será adquirida en la ciudad de Catamayo, sea cotizado en la sucursal de **MARCIMEX S.A** de catamayo **dirección:** Eugenio Espejo S/N y 18 de Noviembre, cuyos costos totales ascienden a **\$1.820,86** y la selladora se la cotizo en el comercial Víctor Hugo se describe a continuación: (ANEXO 5)

➤ Herramientas para la producción

Este rubro incluye los utensilios que ayudarán al proceso de producción como son: Balanza de 100Kg, cuchara grande de madera, Moldes de aluminio, baldes grandes, pequeños etc.

Muebles para la Producción.- Están incluidos los muebles que sirven dentro del espacio físico de producción, en este caso tenemos una mesa metálica de 2m x 0,80cm, la misma

que será adquirida en esta ciudad de catamayo en “Metal Sur” y cuyo valor es de **\$100,00**, cuyo monto asciende a **\$ 387,00. (ANEXO 7)**

➤ **Equipo de Seguridad**

El equipo de seguridad comprende el extinguidor de 2kg. Y Botiquín de primeros auxilios el cual de lo adquirirá en los almacenes de la ciudad de Catamayo y Farmacias en el caso de medicamentos para el botiquín. Con un monto de **\$ 25,00, (ANEXO 9)**

➤ **Equipos de Oficina**

Están representados por la tecnología complementaria para el desarrollo efectivo de las actividades administrativas. Con un monto de **\$ 35,00 (ANEXO 11)**

➤ **Equipo de Computación**

Son considerados como elementos necesarios en una empresa ya que tiene la capacidad de clasificar grandes cantidades de datos producir en forma rápida información útil para cualquier tipo de usuario necesarias para desarrollar las actividades administrativas., en este proyecto el equipo de computación que requerirá la empresa será de **\$350,00** con una vida útil de 3 años y la **REINVERSION** de **410,00 (ANEXO 13)**

➤ **Muebles y Enseres**

Está representado por los muebles que serán adquiridos para realizar las diferentes actividades en el área administrativa y ventas en la empresa, para lo cual se requerirá escritorios, archivador y cuatro sillas ejecutivas, proporcionando comodidad en el trabajo a las personas que laboran las mismas que se detalla a continuación: con un monto de **\$ 442,00 (ANEXO 16)**

➤ **Vehículo**

Camioneta color Gris con 2 puertas, destinado para el transporte de la materia prima y la distribución del producto hacia los diferentes lugares de expandió, el mismo será de la marca Chevrolet Luv Cabina simple 4X4 año 2013 133.907 Km. Con un monto de \$ **27.000,00 (ANEXO 18)**

➤ **Resumen de las Depreciaciones**

Depreciaciones

Las depreciaciones se presentan por el desgaste que sufren los activos, a continuación el cuadro de resumen de los activos que se deprecian.

**Cuadro No. 63
Resumen de Depreciación de Activos Fijos**

DETALLE	VALOR INICIAL	AÑOS	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION	VALOR ACTUAL
Maquinaria y equipo	\$ 1.820,86	10	\$ 182,09	\$ 163,88	\$ 819,39
Herramientas de Producción	\$ 387,00	10	\$ 38,70	\$ 20,49	\$ 245,84
Muebles y Enseres	\$ 442,00	10	\$ 44,20	\$ 39,78	\$ 198,90
Equipo de Oficina	\$ 35,00	10	\$ 3,50	\$ 3,15	\$ 15,75
Equipo de Computo	\$ 350,00	3	\$ 10,50	\$ 113,17	
Equipo de Cómputo de Reversión	\$ 410,00	3	\$ 41,00	\$ 123,00	\$ 123,00
Equipos de Seguridad	\$ 25,00	10	\$ 2,50	\$ 2,25	\$ 11,25
Adecuación e instalaciones	\$ 1.500,00	10	\$ 150,00	\$ 135,00	\$ 675,00
Vehículo	\$27.000,00	5	\$ 2.700,00	\$ 4.860,00	\$ -
TOTAL			\$ 278,99	\$ 5.460,72	\$ 1.966,13

Fuente: Anexos N° 3,5,7,9,11,13,16 y 18.

Elaborador: La Autora

➤ **Resumen de Activos Fijos**

Cuadro No. 64

Resumen de Activos Fijos

Descripción	V/ Total
Maquinaria y equipo	\$ 1.820,86
Herramientas de Producción	\$ 387,00
Muebles y Enseres	\$ 442,00
Equipo de Oficina	\$ 35,00
Equipo de Computo	\$ 760,00
Equipos de Seguridad	\$ 25,00
Adecuación e instalaciones	\$ 1.500,00
Vehículo	\$ 27.000,00
TOTAL	\$ 31.969,86

Fuente: Cuadro Activos Fijos

Elaboración: La Autora

ACTIVOS DIFERIDOS

Son aquellos gastos pagados por anticipado y que no son susceptibles de ser recuperados por la empresa en ningún momento. Se deben amortizar durante el período en que se reciben los servicios o se causen los costos o gastos.

En este grupo se clasifican los siguientes conceptos: Los costos y gastos durante las etapas de organización, exploración, construcción, instalación, montaje y puesta en marcha de una empresa, siendo éstos de un valor considerable por lo cual la ley permite amortizarlos hasta en 5 años, por lo que son representativos dentro del estudio financiero de un proyecto, por lo que se hace necesario realizar el presupuesto de estos activos que incluyen los gastos de estudio preliminares o investigación, los gastos de constitución de la empresa, los permisos de funcionamiento para la marcha de la empresa, los mismos que para el presente proyecto se detallan a continuación:

Estudios Preliminares: Constituyen los gastos que se generan de las actividades previas a la puesta en marcha del proyecto, es decir el estudio, diseño y elaboración del mismo.

Gastos de constitución: Representa todos aquellos pagos que se realizan por conceptos de escrituras públicas, asesoría jurídica y los pagos para su registro en la notaría.

Registro de marcas y patentes: Estos gastos corresponden al Pago de la patente municipal, pago de derechos, registros sanitarios y otros permisos que se deban gestionar en el municipio. El Activo diferido asciende, con un monto de **\$1.500,00 (ANEXO # 20)** y Amortización (ANEXO # 21).

➤ **Amortización de Activos Diferidos**

Datos

Total de Activos Diferidos = 1.500,00

Años del Proyecto = 5 años

Cálculo

Amortización = $\frac{\text{Total de Activos Diferidos}}{\text{Años Vida Útil}}$

Años Vida Útil

Amortización = $\frac{1.500,00}{5 \text{ años}}$

5 años

Amortización = \$ 300,00

ACTIVOS CIRCULANTES O CAPITAL DE TRABAJO

Son los recursos económicos que se necesitan para comenzar a producir, para la realización del presente proyecto se tomó en cuenta la tasa de inflación del **30 de Noviembre del 2015** dando el **3,40%**, según datos del banco central del Ecuador adjuntando la página web.

http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

COSTO PRIMO

➤ **Materia prima directa**

Son todos aquellos materiales principales que conforman un producto fabricado y que se identifican en el producto final.

En el presente proyecto la materia prima directa es la leche entera, leche en polvo, maní, azúcar. Esta materia prima se puede adquirir en el mercado mayorista de la ciudad de Catamayo. El lugar donde esta materia prima existe en forma permanente y en cantidades muy considerables, permitirá que este proyecto tenga asegurado el abastecimiento, así como la calidad del producto, requisito muy necesario para que pueda desarrollarse y dar factibilidad a este proyecto.

Siendo la capacidad utilizada la que determina la cantidad de materia prima e insumos requerida en la elaboración del producto, y teniendo proyectada para el primer año una producción de **164.320** helados de maní, al mes de **3.160** de helados de maní y una producción diaria de **632** helados de maní (paleta) Estos datos de requerimientos se detallan a continuación: Con un monto de \$ **1.099,00** al mes y \$ **13.188,00** (ANEXO # 22) y la **proyección** para 2do año es de \$ **13.636,39** (ANEXO # 23)

➤ **Mano de Obra Directa**

Este rubro comprende de forma exclusiva al personal que trabaja en el proceso productivo y que están involucrados directamente en la elaboración de los helados de maní. Con un sueldo mensual establecido por el ministerio de trabajo laboral en esta empresa prestaran sus servicios **2** Obreros el sueldo mensual es de \$ **1.000,52** y al año es de \$ **12.006,26** (ANEXO # 24) y la proyección (ANEXO # 25)

□ **COSTO FABRIL O DE PRODUCCIÓN**

❖ **Materia Prima Indirecta.**

Está representado por los componentes que indirectamente forman parte del producto, y en la elaboración de helados de maní está representando por los empaques o las fundas que contienen el producto con un monto de \$**44,80** al mes, la misma que

ascienden a un costo de \$ **537,60** al año y se detallan a continuación: Ver (**ANEXO # 26**) y la proyección (**ANEXO # 27**)

➤ **Indumentaria Personal**

Está compuesta por toda la vestimenta y accesorios necesarios que tiene para llevar a cabo la producción para poder realizar el trabajo en forma adecuada e higiénica dentro de la planta, en el caso de la planta en proyecto se requerirá de guantes de caucho, quirúrgicos, mascarillas, mandiles de tela, delantales plásticos, cuyo costo se obtuvo en diferentes Almacenes de la ciudad de catamayo y su costo mensual de \$ **16,30**, asciende a \$ **195,60** anual, los mismos que se detallan a continuación: (**ANEXO # 28**) y la proyección (**ANEXO # 29**)

➤ **Útiles de Aseo de Limpieza**

En este rubro irán todos suministros de aseo e Higiene necesaria para las instalaciones de producción y administrativo de la empresa en proyecto requerirá, cuyo costo mensual es de \$ **35,54** y **426,48** anual y sus ítems detallamos a continuación: Ver (**ANEXO # 30**) y la proyección (**ANEXO # 31**)

➤ **Servicios Básicos para la producción.**

Son todas aquellas asignaciones destinadas a la adquisición de servicios necesarios para el funcionamiento de las dependencias, comprende servicios, tales como: energía eléctrica. Dentro del proyecto se incluye los siguientes:

➤ **Energía Eléctrica**

La tarifa de kw/h de energía eléctrica para la industria artesanal es de 0,15, según datos obtenidos de la EERSSA, que en este caso es aquella que se reparte en la planta de

producción con un valor monetario mensual de \$ **55,05** asciende a \$ **660,60** el año se detalla a continuación: Ver (ANEXO # 32) y la proyección (ANEXO # 33)

➤ **Agua Potable**

El consumo de agua potable de m³ es de 0,19, según datos obtenidos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Catamayo, que en este caso se reparte en la planta de producción con un monto de \$ **15,20** mensual y \$ **182,40** al año se detalla a continuación: Ver (ANEXO # 34) y la proyección (ANEXO # 35)

➤ **Arriendo**

La empresa Kings Maní arrendara un local la cual funcionara la planta de producción y las oficinas de administrativo. Este pago se realiza cada mes de \$ **200,00** dólares ascendiendo un monto al año de \$ **2.400,00** se detalla a continuación: Ver (ANEXO # 36) y la proyección (ANEXO # 37)

➤ **Mantenimiento de Vehículo**

Está representado este rubro por los gastos en revisión técnica, cambio de aceite y otros imprevistos que surgen por el uso y desgaste del vehículo. Este pago es de \$ **80,00** dólares mensuales, asciende a un monto al año de \$ **960,00** se detalla a continuación: Ver (ANEXO # 38) y la proyección (ANEXO # 39)

➤ **Combustible**

Este rubro representa el diésel que utiliza la camioneta para el recorrido de la comercialización en la cual se realizara la compra de 30 galones diésel con un presupuesto mensual de \$ **60,00** y con una proyección anual de \$ **720,00** dólares se detalla a continuación: Ver (ANEXO # 40) y la proyección (ANEXO # 41)

□ GASTOS ADMINISTRATIVOS

Son aquellos gastos que tienen que ver directamente con la administración general del negocio, y no con sus actividades operativas. No son Gastos de ventas, no son costos de producción, incluye los salarios de la administración, contadora, arriendos o alquileres de la oficina, equipos de oficina, etc. No incluyen los gastos que tienen que ver con la operación del giro del negocio, ni con el mercadeo, usualmente se incluyen los gastos de selección y reclutamiento del personal.

➤ **Útiles de Oficina**

Son todos aquellos materiales y útiles de oficina, como carpetas, archivadores, material de escritura como esferográficos, lápices, tinta impresora, materiales no fungibles, grapadoras, perforadoras, clip, etc., los mismos que serán adquiridos realizando un inventario de las necesidades reales de la empresa y actualmente que sean materiales que respeten el medio ambiente para desarrollar con normalidad las actividades administrativas. En este caso se estimó el material de acuerdo al requerimiento para la marcha de la empresa por un valor de \$ **47,85** mensual, dando un total anual de \$**574,20**, que se detalla a continuación: Ver (ANEXO # 42) y la proyección (ANEXO # 43)

➤ **Servicios Básicos para Administrativo**

Son todas aquellas asignaciones destinadas a la adquisición de servicios necesarios para el funcionamiento de las dependencias, comprende servicios, tales como: energía eléctrica, agua, teléfono, internet, servicio postal, etc. Dentro del proyecto se incluye los siguientes:

➤ **Servicio Telefónico**

Este es un servicio indispensable para el buen funcionamiento de la empresa y la comunicación con los proveedores, clientes potenciales, etc., se estimó esta variable en

ponderación al consumo de la microempresa, para el presente proyecto el consumo de 100 minutos mensuales, cuyo costo es de 0,17 por minuto, dando un total mensual de \$15,00 y \$180,00 mensual. Se detalla a continuación: Ver (ANEXO # 44) y la proyección (ANEXO # 45)

➤ **Energía Eléctrica**

La tarifa de kw/h de energía eléctrica para la industria artesanal es de 0,15, según datos obtenidos de la EERSSA, que en este caso es aquella que se reparte en el sector administrativo con un monto de \$ 9,00 mensuales y \$ 108,00 al año se detalla a continuación: Ver (ANEXO # 46) y la proyección (ANEXO # 47)

➤ **Agua Potable**

El consumo de agua potable de m3 es de 0,19, según datos obtenidos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Catamayo, que en este caso se reparte en el sector administrativo con un monto de \$ 6,08 mensuales y \$ 72,96 al año se detalla a continuación: Ver (ANEXO # 48) y la proyección (ANEXO # 49)

➤ **Resumen de Servicios Básicos para la Producción y Administrativo.**

Cuadro No.65

Resumen de los servicios básicos

SERVICIOS BASICOS				
PRODUCCION				
DENOMINACION	UNIDAD	CANTIDAD	C/U	C/TOTAL
Consumo de Energía	Kw/h	367	\$ 0,15	\$ 55,05
Consumo de Agua	m3	80	\$ 0,19	\$ 15,20
ADMINISTRATIVO				
Consumo Telefónico	Min	100	\$ 0,17	\$ 17,00
Consumo de Energía	Kw/h	60	\$ 0,15	\$ 9,00
Consumo de Agua	m3	32	\$ 0,19	\$ 6,08
TOTAL			MENSUAL	\$ 102,33
			ANUAL	\$ 1.227,96

FUENTE: EERSA, GAD municipal catamayo y CNT Anexos 34, 36, 44, 46 y 48

ELABORACION: La Autora

➤ **Sueldos administrativos**

Representa la retribución que el empleador le paga a un trabajador que tiene que ver con la administración general del negocio. En el presente proyecto incluye los sueldos que se pagará a la gerente (\$ 500,00) – Secretaria desempeñara el rol de Contadora (\$ 360,00) incluyendo todos los beneficios de ley, cuyo monto mensual es de \$ **1.202,66** este monto asciende \$ **14.431,88** anual se detalla a continuación: Ver (**ANEXO # 50**) y la proyección (**ANEXO # 51**)

□ **Gastos de Ventas**

Comprende los gastos que se relacionan directamente con la venta y entrega del producto como son: gastos de publicidad, sueldos a vendedores, gastos de personal de ventas, gastos de embarques, transporte en ventas, gastos de viajes de los vendedores, gastos de la oficina destinada a ventas, etc. Para el presente proyecto se ha incluido los siguientes gastos ya que la gerente de la empresa se designara responsable para la realización de las ventas del producto con el fin de reducir costos:

✓ **Personal de Ventas**

Este rubro incluye todo el gasto de todo el personal que está relacionado con las ventas, en el caso de la empresa en proyecto el sueldo una persona encargada de las ventas, cuyo monto mensual es de \$ **500,26** este monto asciende \$ **6.003,13** anual se detalla a continuación: Ver (**ANEXO # 52**) y la proyección (**ANEXO # 53**)

□ **GASTOS DE PUBLICIDAD**

La publicidad es una herramienta eficaz de comunicación masiva, destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación, cuyo

fin es motivar al público a consumir. En el presente proyecto se determinó primeros los medios de comunicación a utilizar para dar a conocer el producto tomando en cuenta la preferencia de los encuestados, siendo estos las redes sociales (Internet) radio y hojas volantes que se detalla a continuación:

➤ **Promoción y Publicidad**

Este rubro corresponde a la promoción que se realizara en autoservicios para las degustaciones del nuevo producto y a la publicidad se realizara mediante hojas volantes se entregara en la ciudad de catamayo con un monto mensual de \$ **20,00** este valor asciende a \$ **240,00** se detalla a continuación: Ver **(ANEXO # 54)** y la proyección **(ANEXO # 55)**

□ RESUMEN DE ACTIVOS CIRCULANTES

Cuadro n° 66
Resumen de Activos Circulantes

ACTIVO CIRCULANTE	
DESCRIPCION	V/MENSUAL
Materia prima directa	\$ 1.099,00
Materia prima indirecta	\$ 44,80
Indumentaria Personal	\$ 16,30
Útiles de aseo y limpieza	\$ 35,54
Útiles de Oficina	\$ 47,85
Arriendo	\$ 200,00
Promoción y publicidad	\$ 50,00
Energía Electica	\$ 55,05
Consumo de Agua potable	\$ 15,20
Consumo Telefónico	\$ 15,00
Energía Electica	\$ 9,00
Consumo de Agua potable	\$ 6,08
Mantenimiento de Vehículo	\$ 80,00
Combustible	\$ 60,00
Sueldos Administrativos	\$ 1.202,66
Mano de Obra Directa	\$ 1.000,52
Personal de Ventas	\$ 500,26
TOTAL	\$ 4.437,26

FUENTE: Presupuesto de Operación.

ELABORACION: La Autora

□ **RESUMEN DE INVERSION TOTAL PREVISTA**

La inversión del presente proyecto está compuesta de los activos fijos, diferidos y circulantes, como se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro n° 67
Resumen de Inversión Total

ACTIVO FIJO	
DETALLE	V/ Total
Maquinaria y equipo	\$ 1.820,86
Herramientas de Producción	\$ 387,00
Muebles y Enseres	\$ 442,00
Equipo de Oficina	\$ 35,00
Equipo de Computo	\$ 760,00
Equipos de Seguridad	\$ 25,00
Adecuación e instalaciones	\$ 1.500,00
Vehículo	\$ 27.000,00
TOTAL	\$ 31.969,86
ACTIVO DIFERIDO	
Estudios preliminares	\$ 500,00
Gastos de Constitución	\$ 500,00
Permiso de Funcionamiento	\$ 500,00
TOTAL	\$ 1.500,00
ACTIVO CIRCULANTE	
Materia prima directa	\$ 1.099,00
Materia prima indirecta	\$ 44,80
Indumentaria Personal	\$ 16,30
Útiles de aseo y limpieza	\$ 35,54
Útiles de Oficina	\$ 47,85
Arriendo	\$ 200,00
Promoción y publicidad	\$ 50,00
Energía Electica	\$ 55,05
Consumo de Agua potable	\$ 15,20
Consumo Telefónico	\$ 15,00
Energía Electica	\$ 9,00
Consumo de Agua potable	\$ 6,08
Mantenimiento de Vehículo	\$ 80,00
Combustible	\$ 60,00
Sueldos Administrativos	\$ 1.202,66
Mano de Obra Directa	\$ 1.000,52
Personal de Ventas	\$ 500,26
TOTAL	\$ 4.437,26
INVERSION TOTAL	\$ 37.907,12

FUENTE: Activos Fijos, Diferidos y Circulantes

ELABORACION: La Autora.

□ FINANCIAMIENTO DE LA INVERSION

Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, estos recursos económicos se obtienen siempre a crédito y son reembolsables, los mismos que se complementan con los recursos propios para poder financiar la inversión que requiere un proyecto.

El presente proyecto requerirá de una inversión de \$ **37.907,12** la misma que tendrá un capital propio de \$ 27.907,12 representado un 74% y el 26% que representa \$10.000,00 se pedirá un crédito al (**BANCO DEL AUSTRO**) con el monto de \$10.000,00 debido al plazo de 5 años y con una tasa del 15%. Para la obtención del monto a financiarse se realiza la siguiente operación:

Cuadro No. 68
Financiamiento

FUENTE	CAPITAL	PORCENTAJE %
Capital Propio	\$ 27.907,12	74
Capital Externo	\$ 10.000,00	26
TOTAL	\$ 38.072,41	100

Fuente: Cuadro No.69

Elaborado: La Autora

Inversión = \$ **37.907,12**

Capital Propio = \$ 27.907,12

Capital Externo = \$ 10.000,00

Financiamiento = Banco del Austro

❖ **Amortización del Crédito**

Para determinar la amortización se procedió a tomar los datos del crédito para proceder al cálculo respectivo. Se detalla a continuación:

Cuadro No. 69

Tabla de Amortización

CAPITAL:		10.000	PAGO:		SEMESTRAL
INTERÉS:		15,00%			
TIEMPO:		5 AÑOS			
TIEMPO	AMORTIZACION	INTERÉS	DIVIDENDO	CAPITAL RED.	
0				10.000,00	
1	1.000,00	750,00	1.750,00	9.000,00	
2	1.000,00	675,00	1.675,00	8.000,00	
3	1.000,00	600,00	1.600,00	7.000,00	
4	1.000,00	525,00	1.525,00	6.000,00	
5	1.000,00	450,00	1.450,00	5.000,00	
6	1.000,00	375,00	1.375,00	4.000,00	
7	1.000,00	300,00	1.300,00	3.000,00	
8	1.000,00	225,00	1.225,00	2.000,00	
9	1.000,00	150,00	1.150,00	1.000,00	
10	1.000,00	75,00	1.075,00	0,00	
		4.125,00	14.125,00		

Fuente: Cuadro No. 70 y Banco del austro

Elaborado: La Autora

Cuadro No. 70

Tabla de Interés Anual del Préstamo

AÑO	INTERES
1	\$ 1.425,00
2	\$ 1.125,00
3	\$ 825,00
4	\$ 525,00
5	\$ 225,00
TOTAL	\$ 4.125,00

Fuente: Cuadro No.71

Elaborado: La Autora

□ PRESUPUESTOS DE COSTOS

Los presupuestos son una representación de los costos en los que la empresa debe incurrir para su funcionamiento en un período de tiempo determinado. Por lo tanto se ha procedido a establecer las proyecciones de los costos para los 5 años de vida útil del proyecto, se tomó en cuenta la **tasa de inflación del 30 Noviembre del 2015 de 3,40%**, según datos del Banco Central del Ecuador, siendo la inflación que refleja el aumento que sufren los precios de los productos en un período determinado.

A continuación se presenta el presupuesto de costos de la empresa “KING’S MANI” para los 5 años de vida útil del proyecto.

Cuadro No. 71
Presupuestos de los Costos Proyectados

COSTO PRIMO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima Directa	\$ 13.188,00	\$ 13.636,39	\$ 14.100,03	\$ 14.579,43	\$ 15.075,13
Mano de obra directa	\$ 12.006,26	\$ 12.414,48	\$ 12.836,57	\$ 13.273,01	\$ 13.724,29
Total costo primo	\$ 25.194,26	\$ 26.050,87	\$ 26.936,60	\$ 27.852,44	\$ 28.799,43
COSTO DE PRODUCCIÓN DEL SERV.					
Materia Prima Indirecta	\$ 537,60	\$ 555,88	\$ 574,78	\$ 594,32	\$ 614,53
Depreciación de maquinaria y Equipo	\$ 163,88	\$ 163,88	\$ 163,88	\$ 163,88	\$ 163,88
Depreciación de herramientas de producción	\$ 20,49	\$ 20,49	\$ 20,49	\$ 20,49	\$ 20,49
Indumentaria de Trabajo	\$ 195,60	\$ 202,25	\$ 209,13	\$ 216,24	\$ 223,59
Depreciación de Equipos de Seguridad	\$ 2,25	\$ 2,25	\$ 2,25	\$ 2,25	\$ 2,25
Depreciación de Adecuaciones/Instalaciones	\$ 135,00	\$ 135,00	\$ 135,00	\$ 135,00	\$ 135,00
Energía eléctrica	\$ 660,60	\$ 683,06	\$ 706,28	\$ 730,30	\$ 755,13
Agua potable	\$ 182,40	\$ 188,60	\$ 195,01	\$ 201,64	\$ 208,50
Arriendo funcionara Producción y Administrativo	\$ 2.400,00	\$ 2.481,60	\$ 2.565,97	\$ 2.653,22	\$ 2.743,43

Útiles de Aseo y Limpieza	\$ 426,48	\$ 440,98	\$ 455,97	\$ 471,48	\$ 487,51
Depreciación de Vehículo	\$ 4.860,00	\$ 4860,00	\$ 4860,00	\$ 4860,00	\$ 4.860,00
Mantenimiento Vehículo	\$ 960,00	\$ 992,64	\$ 1.026,39	\$ 1.061,29	\$ 1.097,37
Combustible	\$ 720,00	\$ 744,48	\$ 769,79	\$ 795,97	\$ 823,03
Amortización de activos diferidos	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Total costo de producción del servicio.	\$ 11.564,30	\$ 11.771,11	\$ 11.984,95	\$ 12.206,07	\$ 12.434,70
TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 36.758,56	\$ 37.821,98	\$ 38.921,55	\$ 40.058,51	\$ 41.234,12
GASTOS DE OPERACIÓN					
ADMINISTRATIVOS					
Sueldos Administrativos	\$ 14.431,88	\$ 14.922,56	\$ 15.429,93	\$ 15.954,55	\$ 16.497,00
Depreciación de Equipos de oficina	\$ 3,15	\$ 3,15	\$ 3,15	\$ 3,15	\$ 3,15
Depreciación de muebles y enseres	\$ 39,78	\$ 39,78	\$ 39,78	\$ 39,78	\$ 39,78
Depreciación de equipo de computación.	\$ 236,17	\$ 236,17	\$ 236,17		\$ 236,17
Útiles de Oficina	\$ 574,20	\$ 593,72	\$ 613,91	\$ 634,78	\$ 656,36
Consumo telefónico	\$ 180,00	\$ 186,12	\$ 192,45	\$ 198,99	\$ 205,76
Energía eléctrica	\$ 108,00	\$ 111,67	\$ 115,47	\$ 119,39	\$ 123,45
Agua potable	\$ 72,96	\$ 75,44	\$ 78,01	\$ 80,66	\$ 83,40
Total gastos administrativos	\$ 15.646,14	\$ 16.168,62	\$ 16.708,86	\$ 17.031,30	\$ 17.845,08
VENTAS					
Personal de Ventas	\$ 6.003,13	\$ 6.207,24	\$ 6.418,28	\$ 6.636,51	\$ 6.862,15
Publicidad y Propaganda	\$ 600,00	\$ 620,40	\$ 641,49	\$ 663,30	\$ 685,86
Total gastos de ventas	\$ 6.603,13	\$ 6.827,64	\$ 7.059,78	\$ 7.299,81	\$ 7.548,00
FINANCIEROS					
Intereses por préstamo	\$ 1.425,00	\$ 1.125,00	\$ 825,00	\$ 525,00	\$ 225,00
Total gastos financieros	\$ 1.425,00	\$ 1.125,00	\$ 825,00	\$ 525,00	\$ 225,00
TOTAL DE COSTO DE OPERACIÓN	\$ 23.674,27	\$ 24.121,25	\$ 24.593,64	\$ 24.856,12	\$ 25.618,08
TOTAL PRESUPUESTO OPERATIVO	\$ 60.432,83	\$ 61.943,23	\$ 63.515,19	\$ 64.914,62	\$ 66.852,20

Fuente: Cuadros de Activos fijos, diferidos y circulante

Elaborado: La Autora

➤ **Costo Unitario de Producción**

Se conoce como costo unitario de producción al valor de un artículo en particular, en el presente caso es el costo de producción que tendrá los helados de aguacate, el mismo que se lo obtiene de la siguiente manera:

$$\text{Costo de Producción} = \frac{\text{Costo total de producción}}{\text{Unidades de Producción}}$$

$$\text{Costo de Producción} = \frac{\$ 60.432,83}{164.320}$$

$$\text{Costo de Producción} = \boxed{0,37 \text{ ctvs.}}$$

De la misma manera se procederá a calcular el costo de producción para los cuatro años restantes de vida útil del presente proyecto, los mismos que se detallan a continuación:

Cuadro No. 72

Costo Unitario de Producción

AÑOS	COSTO TOTAL	PRODUCCION ANUAL	PRECIO UNITARIO
1	\$ 60.432,83	164.320	\$ 0,37
2	\$ 61.943,23	164.320	\$ 0,38
3	\$ 63.515,19	164.320	\$ 0,39
4	\$ 64.914,62	164.320	\$ 0,40
5	\$ 66.852,20	164.320	\$ 0,41

Fuente: Cuadro de la capacidad Utilizada No 38 y cuadro 71 presupuestos de costos

Elaborado: La Autora

➤ **Precio de Venta al Público**

Es el costo que la empresa asigna al producto para poderlo comercializar en el mercado, para establecer este rubro se tomó en consideración el costo unitario de producción y se le asignó un margen de utilidad para el primer año, segundo, tercero, cuarto y quinto año es del 35%.

Estos márgenes de utilidad lo hemos fijado en relación a la competencia, ya que a pesar de este ser un helado único en el mercado catamayence de maní, lo que da una ventaja

competitiva y diferenciación frente a otros helados, pudiendo como únicos productores fijar el precio del mismo; sin embargo, todo el año, ya sea como golosina o aprovechando sus beneficios para la salud, se debe cuidar el margen de utilidad para que no exista un incremento que ponga en riesgo las ventas, es decir que caigan porque se excedieron frente a los competidores de helados. Los márgenes fijados permitirán tener una ventaja contra la competencia porque sus precios serán competitivos, por lo tanto a continuación se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro No.73
Determinación de Precio de Venta al Público

AÑOS	COSTO UNITARIO	MARGEN DE UTILIDAD	PRECIO DE VENTA AL PUBLICO
1	\$ 0,37	35%	\$ 0,50
2	\$ 0,38	35%	\$ 0,51
3	\$ 0,39	35%	\$ 0,52
4	\$ 0,40	35%	\$ 0,53
5	\$ 0,41	35%	\$ 0,55

Fuente: Cuadro Costo unitario No. 72

Elaborado: La Autora

Presupuesto de Ingresos

Está conformado por los ingresos que generará la venta del producto, el mismo que se obtiene multiplicando las unidades producidas por el precio de venta al público asignado, obteniendo los siguientes resultados:

Cuadro No. 74
Determinación de Ingresos por Ventas

AÑOS	UNIDADES PRODUCIDAS	PRECIO DE VENTA AL PUBLICO	INGRESOS POR VENTAS
1	\$ 164.320,00	\$ 0,50	\$ 81.584,32
2	\$ 164.320,00	\$ 0,51	\$ 83.623,37
3	\$ 164.320,00	\$ 0,52	\$ 85.745,51
4	\$ 164.320,00	\$ 0,53	\$ 87.634,74
5	\$ 164.320,00	\$ 0,55	\$ 90.250,47

Fuente: Capacidad Utilizada Cuadro No. 38 y **Precio. Venta al Público** 73

Elaborado: La Autora.

□ COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Clasificación de los Costos

Los costos son considerados como la suma de todos los recursos que se invierten para producir un bien o un servicio, y estos se clasifican en costos fijos y variables.

Costos Fijos.- Son todos aquellos costos que se deprecian y no varían junto con la producción, es decir que su valor permanece constante independientemente de lo que la empresa produzca.

Costos Variables.- Son aquellos costos que están en función del volumen de producción y de las ventas, o sea que varían en forma proporcional a los cambios de la producción en un período.

Para que la empresa en estudio pueda tomar decisiones al momento de incurrir en los gastos del proyecto, se debe establecer la clasificación de los costos tanto fijos, como variables. Presentando a continuación el cuadro de dichos costos:

Cuadro No. 75
Costos Fijos y Variables

COSTOS	1er AÑO		5to AÑO	
	C. FIJO	C.VARIABLE	C. FIJO	C.VARIABLE
Costo Primo				
Materia Prima Directa		\$ 13.188,00		\$ 15.075,13
Mano de obra directa		\$ 12.006,26		\$ 13.724,29
COSTO DE FABRICACION.				
Materia Prima Indirecta		\$ 537,60		\$ 614,53
Depreciación de maquinaria y Equipo	\$ 163,88		\$ 163,88	
Deprecia herramientas de producción	\$ 20,49		\$ 20,49	
Indumentaria de Trabajo	\$ 195,60		\$ 223,59	
Depreciación de Equipos de Seguridad	\$ 2,25		\$ 2,25	
Deprecia Adecuaciones/Instalaciones	\$ 135,00		\$ 135,00	
Energía eléctrica	\$ 660,60		\$ 755,13	
Agua potable	\$ 182,40		\$ 208,50	
Arriendo	\$ 2.400,00		\$ 2.743,43	
Útiles de Aseo y Limpieza	\$ 426,48		\$ 487,51	
Depreciación de Vehículo	\$ 4.860,00		\$ 4860,00	
Mantenimiento Vehículo	\$ 960,00		\$ 1.097,37	
Combustible	\$ 720,00		\$ 823,03	
Amortización de activos diferidos	\$ 300,00		\$ 300,00	
ADMINISTRATIVOS				
Sueldos Administrativos	\$14.431,88		\$ 16.497,00	
Depreciación de Equipos de oficina	\$ 3,15		\$ 3,15	
Depreciación de muebles y enseres	\$ 39,78		\$ 39,78	
Depreciación Equipo de Computación.	\$ 236,17		\$ 236,17	
Útiles de Oficina	\$ 574,20		\$ 656,36	
Consumo telefónico	\$ 180,00		\$ 205,76	
Energía eléctrica	\$ 108,00		\$ 123,45	
Agua potable	\$ 72,96		\$ 83,40	
VENTAS				
Personal de Ventas	\$ 6.003,13		\$ 6.862,15	
Publicidad y Propaganda	\$ 600,00		\$ 685,86	
FINANCIEROS				
Intereses por préstamo	\$ 1.425,00		\$ 225,00	
Totales	\$ 34.700,97	\$ 25.731,86	\$ 37.438,25	\$ 29.413,95
TOTAL	\$ 60.432,83		\$ 66.852,20	

Fuente: Presupuestos de Costos Cuadro No. 71

Elaborado: La Autora.

□ **ESTADOS FINANCIEROS**

□ **Estado de Pérdidas y Ganancias su periodo operativo**

“El estado de pérdidas y ganancias sirve para calcular la utilidad o pérdida netas que genera un proyecto durante su periodo operativo.” Para los próximos cinco años se estima los siguientes ingresos y egresos.

El estado de pérdidas y ganancias se lo conoce también como estado de resultados, es un documento contable que tiene por objeto mostrar un Resumen de los ingresos y los gastos durante un período determinado, clasificándoles de acuerdo con las operaciones de la empresa, mostrando de las utilidades o pérdidas de la empresa en proyecto, para lo cual se procedió a establecer los ingresos por ventas para restarlos de todos los egresos por costos de producción, costo de operación, impuestos y reservas cuyos resultados se presentan a continuación, destacando que los mismos. Así Estado de pérdidas y ganancias nos ayudará a tener una idea clara de cuál va ser el ingreso del proyecto.

Cuadro No. 76

Estado de Pérdidas y Ganancias

DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
VENTAS	\$ 81.584,32	\$ 83.623,37	\$ 85.745,51	\$ 87.634,74	\$ 90.250,47
EGRESOS					
- COSTOS TOTAL DE PRODUCCION	\$ 36.758,56	\$ 37.821,98	\$ 38.921,55	\$ 40.058,51	\$ 41.234,12
Utilidad Bruta	\$ 44.825,76	\$ 45.801,39	\$ 46.823,95	\$ 47.576,23	\$ 49.016,35
- COSTO TOTAL DE OPERACIÓN	\$ 23.674,27	\$ 24.121,25	\$ 24.593,64	\$ 24.856,12	\$ 25.618,08
= Utilidad Neta	\$ 21.151,49	\$ 21.680,13	\$ 22.230,32	\$ 22.720,12	\$ 23.398,27
- 15% utilidad a trabajadores	\$ 3.172,72	\$ 3.252,02	\$ 3.334,55	\$ 3.408,02	\$ 3.509,74
= Utilidad antes de Imp. a la renta	\$ 17.978,77	\$ 18.428,11	\$ 18.895,77	\$ 19.312,10	\$ 19.888,53
- 22% Impuesto a la renta	\$ 3.955,33	\$ 4.054,18	\$ 4.157,07	\$ 4.248,66	\$ 4.375,48
= Utilidad antes de Reserva Legal	\$ 14.023,44	\$ 14.373,93	\$ 14.738,70	\$ 15.063,44	\$ 15.513,05
- 10% Reserva Legal	\$ 1.402,34	\$ 1.437,39	\$ 1.473,87	\$ 1.506,34	\$ 1.551,31
= Utilidad líquida	\$ 12.621,09	\$ 12.936,53	\$ 13.264,83	\$ 13.557,09	\$ 13.961,75

Fuente: Presupuestos de Costos Cuadro No. 71 y Ingresos de Ventas Cuadro No. 74

Elaborado: La Autora

□ Punto de Equilibrio

Análisis del Punto de Equilibrio.

El punto de equilibrio es donde los ingresos se igualan a los costos (egresos) asociados con la venta de un producto. Se utiliza dentro del campo empresarial para determinar la rentabilidad que es posible al vender un determinado producto. En el punto de equilibrio los costos fijos y variables se encuentran cubiertos, en este punto la empresa ni gana, ni pierde, la empresa logra cubrir sus costos.

Es importante estimar el punto de equilibrio antes de iniciar sus operaciones, porque le permitirá saber cuál es el nivel de ventas que debe alcanzar para poder recuperar la inversión.

Para determinar el punto de equilibrio se hace necesario identificar bien los costos, es decir cuáles son fijos y cuales son variables. Si el producto puede ser vendido en mayores cantidades que el de punto de equilibrio se tendrá una ganancia y en caso contrario si está por debajo del punto de equilibrio, se tendrá pérdidas. Para su cálculo existen varios métodos matemáticos, los mismos que se detallan a continuación:

DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO EN EL PRIMER AÑO

□ En función de las Ventas

Se basa en el volumen de ventas y los ingresos monetarios que por ellas se deberán generar en el presente proyecto en donde para calcularlo se utilizó la siguiente fórmula:

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

$$PE = \frac{\$ 34.700,97}{1 - \left(\frac{\$ 25.731,86}{\$ 81.584,32} \right)}$$

$$PE = \frac{\$ 34.700,97}{1 - 0,3154}$$

$$PE = \frac{\$ 34.700,97}{0,6846}$$

PE= \$ 50.688,10

□ En función a la capacidad instalada

Representa el porcentaje de la capacidad de producción de la planta es decir, lo que debería trabajar la maquinaria. En el presente proyecto para que su producción pueda generar ventas que permitan cubrir los costos empleados por la empresa, para ello se hizo necesario determinar la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costo fijo total}}{\text{Ventas totales} - \text{Costo variable}} \times 100$$

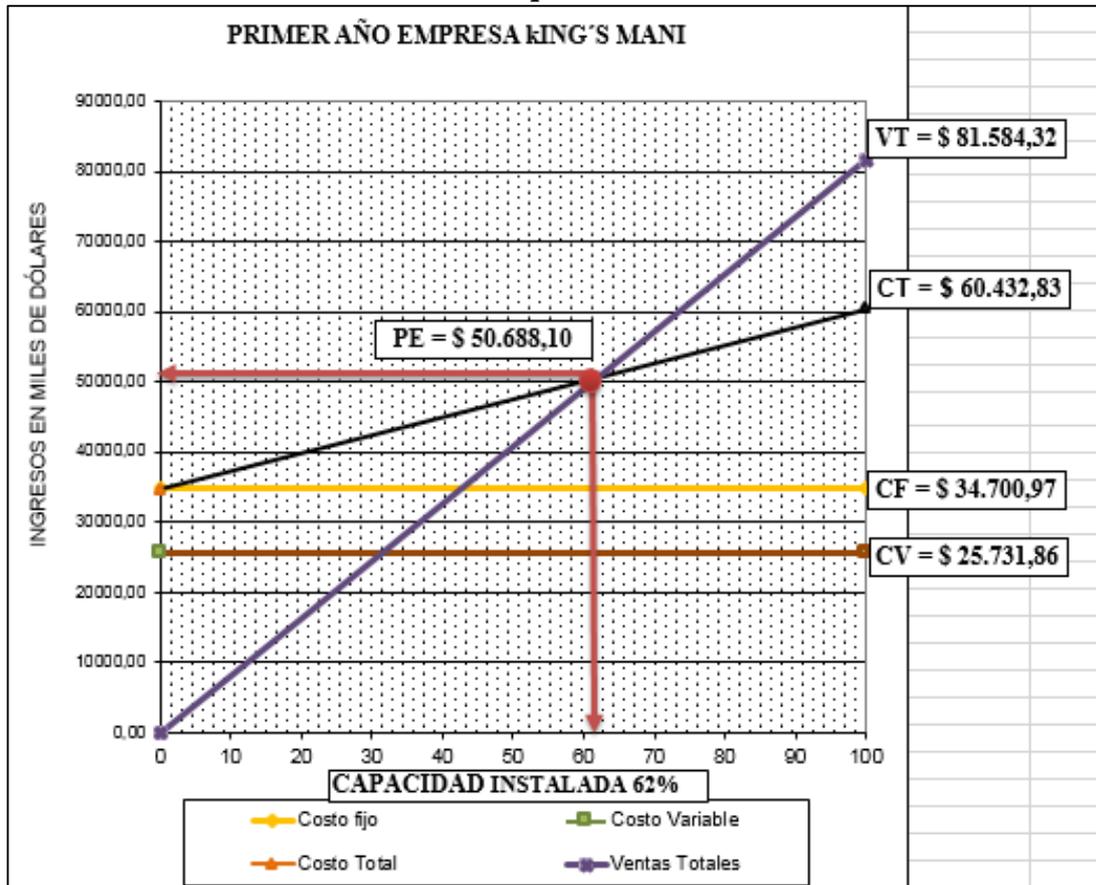
$$PE = \frac{\$ 34.700,97}{\$ 81.584,32 - \$ 25.731,86} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 34.700,97}{\$ 55.852,46}$$

$$PE = 0,62 * 100$$

PE= 62%

Cuadro No. 77
Punto de Equilibrio Año 1



Fuente: Presupuestos de Costos fijos y Variable Cuadro No. 75 y Ingresos de Ventas Cuadro No. 74
Elaborado: La Autora

Análisis e interpretación:

Los datos representados en la gráfica nos indican que la empresa en proyecto deberá vender en el primer año \$ **50.688,10** para no perder ni ganar, y si las ventas son superiores a este punto de equilibrio o a esta cantidad monetaria, obtendrá un beneficio, pero si las ventas son menores a esta cifra obtendrá pérdida, tomando en cuenta que para obtener esa cifra en ventas, requerirá de la utilización de la capacidad instalada de la planta es de **62%**

DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO EN EL QUINTO AÑO

- En función de las Ventas.-* Se basa en el volumen de ventas y los ingresos monetarios que por ellas se deberán generar en el presente proyecto en donde para calcularlo se utilizó la siguiente fórmula:

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

$$PE = \frac{\$ 37.438,25}{1 - \left(\frac{\$ 29.413,95}{\$ 90.250,47} \right)}$$

$$PE = \frac{\$ 37.438,25}{1 - 0,3259}$$

$$PE = \frac{\$ 37.438,25}{0,6741}$$

PE= \$ 55.539,33

- En función a la capacidad instalada*

Representa el porcentaje de la capacidad de producción de la planta es decir, lo que debería trabajar la maquinaria. En el presente proyecto para que su producción pueda generar ventas que permitan cubrir los costos empleados por la empresa, para ello se hizo necesario determinar la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costo fijo total}}{\text{Ventas totales} - \text{Costo variable}} \times 100$$

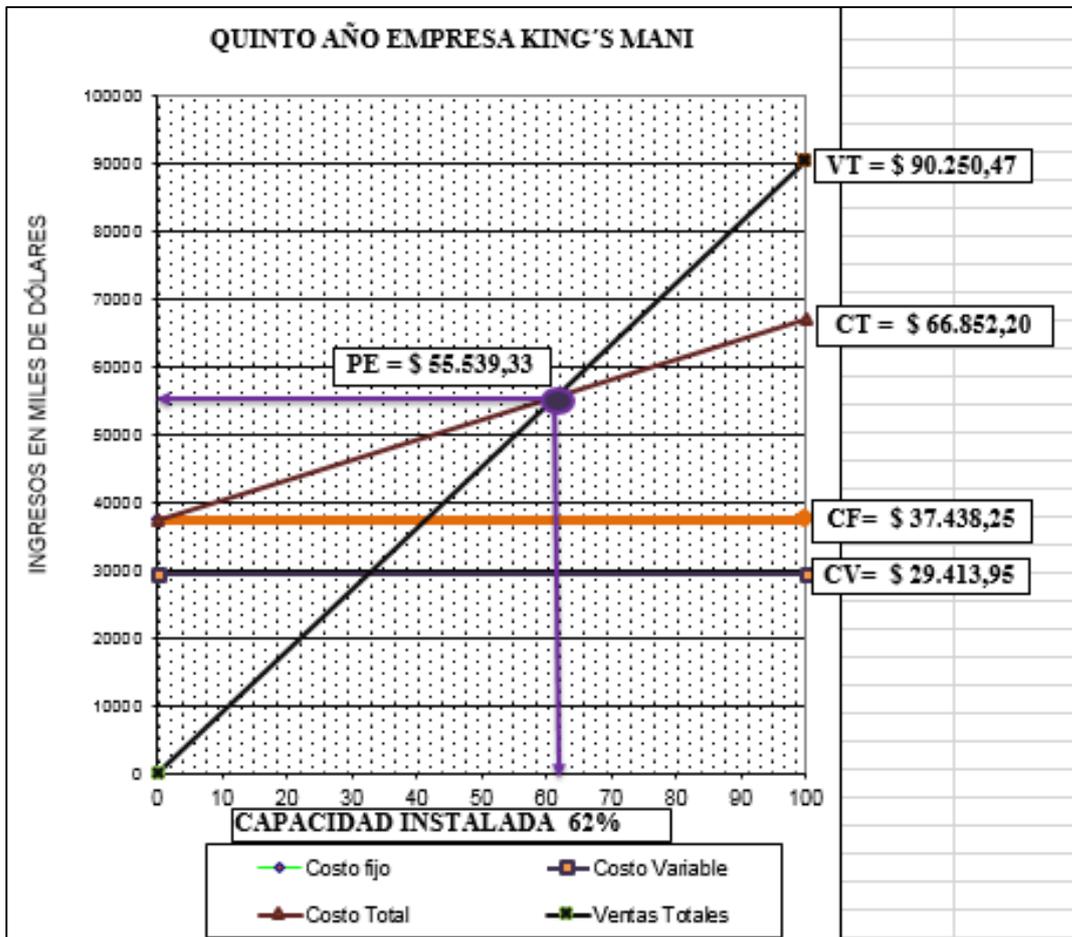
$$PE = \frac{\$ 37.438,25}{\$ 90.250,47 - \$ 29.413,95} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 37.438,25}{\$ 60.836,52}$$

$$PE = 0,62 * 100$$

PE= 62%

Cuadro No. 78
Punto de Equilibrio del Año 5



Fuente: Presupuestos de Costos fijos y Variable Cuadro No. 77 y Ingresos de Ventas Cuadro No. 76
Elaborado: La Autora

Análisis e interpretación:

Los datos representados en la gráfica nos indican que la empresa en proyecto deberá vender en el primer año \$ **57.417,00** no perder ni ganar, y si las ventas son superiores a este punto de equilibrio o a esta cantidad monetaria, obtendrá un beneficio, pero si las ventas son menores a esta cifra obtendrá pérdida, tomando en cuenta que para obtener esa cifra en ventas, requerirá de la utilización de la capacidad instalada de la planta es de **62%**.

□ Flujo de Caja

Este nos permite analizar las cantidades recibidas y pagadas en efectivo por una entidad durante un período específico. El flujo de caja presenta las entradas y salidas de efectivo, que son aquellas que redujeron el mismo, de acuerdo al tipo de actividad pueden ser actividades operativas, de inversión y financieras. Es elaborado a base de todos los ingresos es decir de todas las ventas y el valor residual, así como también por los egresos compuestos por los costos de producción, operación, reparto de utilidades, y otros rubros que se detallan en la siguiente tabla:

Cuadro No. 79

Flujo de Caja

	DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	INGRESOS						
	Ventas		\$ 81.584,32	\$ 83.623,37	\$ 85.745,51	\$ 87.634,74	\$ 90.250,47
	Crédito Banco de Loja	\$ 10.000,00					
	Capital propio	\$ 27.907,12					
	Valor Residual (Restante)						\$ 2.245,12
	Total de ingresos	\$ 37.907,12	\$ 81.584,32	\$ 83.623,37	\$ 85.745,51	\$ 87.634,74	\$ 92.495,59
	EGRESOS						
	Activo Fijo	\$ 31.969,86					
	Activo Diferido	\$ 1.500,00					
	Activo Circulante	\$ 4.437,26					
	Reinversión Equipo Computo				\$ 410,00		
	Presupuesto Producción		\$ 36.758,56	\$ 37.821,98	\$ 38.921,55	\$ 40.058,51	\$ 41.234,12
	Presupuesto de Operación		\$ 23.674,27	\$ 24.121,25	\$ 24.593,64	\$ 24.856,12	\$ 25.618,08
-	Depreciación y Amort. (A.D).		\$ 5.760,72	\$ 5.760,72	\$ 5.760,72	\$ 5.760,72	\$ 5.760,72
	15% Utilidad a los trabajadores		\$ 3.172,72	\$ 3.252,02	\$ 3.334,55	\$ 3.408,02	\$ 3.509,74
	22% Impuesto a la Renta		\$ 3.955,33	\$ 4.054,18	\$ 4.157,07	\$ 4.248,66	\$ 4.375,48
	Amortización de Capital		\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
	Total de egresos	\$ 37.907,12	\$ 63.800,17	\$ 65.488,72	\$ 67.656,09	\$ 68.810,59	\$ 70.976,71
	FLUJO DE CAJA	\$ 0,00	\$ 17.784,15	\$ 18.134,64	\$ 18.089,42	\$ 18.824,15	\$ 21.518,89

Fuente: Presupuestos de Costos Cuadro No. 71, Ingresos de Ventas Cuadro No. 74 y Estado de pérdidas y ganancias cuadro N° 76

Elaborado: La Autora

□ EVALUACION FINANCIERA

La evaluación financiera del presente proyecto se realiza con la finalidad de poder realizar estimaciones sobre el nivel de utilidad que como empresario podría obtener, en base al riesgo que sufre el capital al emprender una actividad empresarial.

En una evaluación de proyectos siempre se produce información para la toma de decisiones, por lo cual también se le puede considerar como una actividad orientada a mejorar la eficacia de los proyectos en relación con sus fines, además de promover mayor eficiencia en la asignación de recursos. En este sentido, cabe precisar que la evaluación no es un fin en sí misma, más bien es un medio para optimizar la gestión de los proyectos. Antes de llegar a determinar estos indicadores financieros es necesario obtener el flujo de Caja.

□ VALOR ACTUAL NETO (V.A.N)

“EL Valor Actual Neto mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión.

Para ello calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja proyectados a partir del primer periodo de operación y le resta la inversión total expresada en el momento cero.”

Es un criterio de evaluación que permite aceptar o rechazar el proyecto y se lo define como la sumatoria de los beneficios netos descontados a la tasa pertinente del inversionista.

Este criterio plantea:

Si el VAN es positivo se puede aceptar el proyecto, ya que ello significa que el valor de la empresa aumentara.

Si el VAN es negativo se rechaza la inversión ya que ello indica que la inversión perderá su valor en el tiempo.

Si el VAN es igual a cero, la inversión queda a criterio del inversionista ya que la empresa durante su vida útil mantiene el valor de la inversión en términos de poder adquisitivo.

Para elaborar el cuadro de flujos actualizados es necesario determinar el factor de actualización para cada año en función de la siguiente fórmula:

Esta fórmula del factor de actualización se aplica para cada uno de los 5 años de vida útil del proyecto, y obtenemos el siguiente cuadro:

$$\text{Factor año 1} = \frac{1}{(1 + i)^n} = 0,869565$$

Por lo tanto el valor actual neto es el valor que resulta de la diferencia entre el valor presente de los futuros ingresos netos esperados y el desembolso inicial de la inversión, para lo cual en el proyecto se hizo necesario actualizar los flujos netos con un factor de actualización de 15%.

Cuadro No. 80
Valor Actual Neto

AÑOS	FLUJO NETO CAJA	FACTOR ACTUALIZADO	FLUJO ACTUALIZADO
0	\$ 37.907,12	15,00%	
1	\$ 17.784,15	0,869565	\$ 15.464,48
2	\$ 18.134,64	0,756144	\$ 13.712,40
3	\$ 18.089,42	0,657516	\$ 11.894,08
4	\$ 18.824,15	0,571753	\$ 10.762,77
5	\$ 21.518,89	0,497177	\$ 10.698,69
TOTAL			\$ 62.532,42
	inversión		\$ 37.907,12
	valor actual neto		\$ 24.625,30

Fuente: Cuadro de Flujo de Caja 79 y Cuadro de amortización del préstamo No. 69

Elaboración: La Autora

Formula:

V.A.N= Sumatoria flujo neto actualizado – inversión

V.A.N= \$ 62.532,42 - \$ 37.907,12

V.A.N= \$ **24.625,30**

El VAN es de \$ **24.625,30** por lo que se acepta el proyecto de los helados de maní ya que se crea valor por este monto.

□ PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

El período de recuperación tiene por objeto medir en cuanto tiempo se recupera el capital, determina los años que la empresa tarda en recuperar la inversión inicial mediante las entradas de efectivo que la misma produce, es por ello que para determinar esta variable se extrae los resultados establecidos en el flujo de caja, y al igual que en el VAN se determinó el factor de actualización, los cuales permitieron obtener los siguientes resultados como se indica a continuación:

Una vez obtenidos los datos se procede a determinar el período de recuperación del proyecto con la siguiente fórmula:

Cuadro No. 81

Período de Recuperación de Capital

AÑOS	INVERSION	FLUJO DE CAJA
0	\$ 37.907,12	
1		\$ 17.784,15
2		\$ 18.134,64
3		\$ 18.089,42
4		\$ 18.824,15
5		\$ 21.518,89

Fuente: Cuadro de Inversión No 67 y Flujo de Caja 79

Elaboración: La Autora

$$PRC = \text{Año anterior que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión-Flujos antes de superación la inversión}}{\text{Flujo del año que supera la inversión}}$$

Formula:

$$PRC = 3 + \frac{(\$ 37.907,12 - \$ 54.008,21)}{\$ 18.089,42}$$

$$\text{PRC} = 3 + \frac{(\$ 16.101,09)}{\$ 18.089,42}$$

$$\text{PRC} = 3 + - 0,89$$

$$\text{PRC} = \boxed{2,11}$$

Análisis: El tiempo que se estima recuperar la inversión es de 2 años, 1 meses y 10 días por lo tanto el proyecto es viable basándonos en este indicador.

□ RELACIÓN BENEFICIO COSTO

La relación Beneficio- Costo indica la rentabilidad promedio que genera el Proyecto por cada dólar que se invierte en la ejecución y funcionamiento del mismo.

Si el **BC** es mayor a 1 el proyecto es rentable.

Si el **BC** es igual a 1 el proyecto es indiferente.

Si el **BC** es menor a 1 el proyecto no es rentable

Por lo tanto en el presente proyecto se procedió a tomar de base los resultados de ingresos y egresos presentes en el flujo de caja, así como también de la determinación del factor de actualización, para obtener los ingresos y egresos actualizados como se presenta en la siguiente tabla:

Cuadro No. 82

Relación Beneficio Costo

AÑOS	ACTUALIZACION DE COSTOS			ACTUALIZACION DE INGRESOS		
	C. ORIGINAL	FACTOR 15%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR 15%	INGRESO ACTUALIZADO
1	\$ 60.432,83	0,869565	\$ 52.550,29	\$ 81.584,32	0,869565	\$ 70.942,89
2	\$ 61.943,23	0,756144	\$ 46.837,98	\$ 83.623,37	0,756144	\$ 63.231,28
3	\$ 63.515,19	0,657516	\$ 41.762,27	\$ 85.745,51	0,657516	\$ 56.379,06
4	\$ 64.914,62	0,571753	\$ 37.115,15	\$ 87.634,74	0,571753	\$ 50.105,45
5	\$ 66.852,20	0,497177	\$ 33.237,36	\$ 90.250,47	0,497177	\$ 44.870,44
			\$ 211.503,05			\$ 285.529,11

Fuente: Cuadro de Préstamo interés No.69, Cuadro de Presupuestos de Costos N° 71 y Ingresos de Ventas Cuadro No. 74

Elaboración: La Autora

FORMULA:

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

RBC $\frac{\$ 285.529,11}{\$ 211.503,05}$

RBC 1,35

Análisis: Es favorable la inversión del proyecto, ya que por cada dólar invertido, obtendrá una utilidad de **0,35** ctvs.

□ TASA INTERNA DE RETORNO (T.I.R)

Este método de evaluación toma en consideración el valor que adquiere el dinero en consideración del tiempo y las variaciones del flujo durante la vida útil del proyecto.

Se define como aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial. La TIR se utiliza como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto, y se toma como referencia lo siguiente:

Si la TIR es mayor, que el costo de oportunidad o de capital, se acepta el proyecto

Si la TIR es igual, que el costo de oportunidad o de capital, la realización de la inversión es criterio del inversionista.

Si la TIR es menor, que el costo de oportunidad o de capital, se rechaza el proyecto.

Cuadro No. 83
Tasa Interna de Retorno

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		39,00%		40,00%	
0	\$ 37.907,12		-37.907,12		-37.907,12
1	\$ 17.784,15	0,719424	\$ 12.794,36	0,714286	\$ 12.702,97
2	\$ 18.134,64	0,517572	\$ 9.385,98	0,510204	\$ 9.252,37
3	\$ 18.089,42	0,372354	\$ 6.735,66	0,364431	\$ 6.592,35
4	\$ 18.824,15	0,267880	\$ 5.042,62	0,260308	\$ 4.900,08
5	\$ 21.518,89	0,192720	\$ 4.147,11	0,185934	\$ 4.001,10
		VAN menor	\$ 198,60	VAN MAYOR	\$ 458,25

Fuente: Cuadro de Flujo de Caja N° 79

Elaboración: La Autora

$$TIR = tm + Dt$$

$$TIR = 39 + 1$$

$$TIR = 39 + 1$$

$$TIR = 39 + 1$$

$$TIR = 39 +$$

$$TIR = 39 + 0,6584$$

$$\frac{VAN \text{ tasa menor}}{VAN \text{ tasa menor} - VAN \text{ tasa Mayor}}$$

$$\frac{198,60}{198,60 - (-230,28)}$$

$$\frac{198,60}{428,88}$$

$$\frac{0,4631}{(1 * 0,4631)}$$

$$\boxed{39,46\%}$$

Análisis: La TIR del proyecto es favorable, debido a que el **39,46%** supera ampliamente a la tasa de oportunidad que en el presente proyecto es de **15%** de acuerdo a lo esperado por el inversionista.

□ **Análisis de Sensibilidad**

El análisis de sensibilidad es muy importante efectuarlo dentro de un proyecto, porque se trata de medir si le afectan o no a un proyecto dos situaciones que se dan en la economía, esto es, el aumento en los costos y la disminución en los ingresos. El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro.

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento en los costos y una disminución en los ingresos, considerando la inflación con el fin de acercar el estudio a la realidad. Los criterios de decisión en el análisis de sensibilidad son:

AS > 1 = Proyecto es sensible

AS = 1 = No ocurre ningún efecto

AS < 1 = Proyecto no es sensible.

El cálculo de la sensibilidad de un proyecto se lo realiza en base al siguiente procedimiento:

Cuadro No. 84

Análisis de Sensibilidad con Incremento en los costos es de 9,18%

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 9,18% EN LOS COSTOS

AÑOS	COSTO TOTAL		INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
	ORIGINAL	ORIGINAL 9,18%		FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
					14,89%		17,99%	
						-37.907,12		-37.907,12
1	\$ 60.432,83	\$ 65.980,57	\$ 81.584,32	\$ 15.603,76	0,87040	\$ 13.581,48	0,84753	\$ 13.224,64
2	\$ 61.943,23	\$ 67.629,62	\$ 83.623,37	\$ 15.993,74	0,75759	\$ 12.116,74	0,71831	\$ 11.488,40
3	\$ 63.515,19	\$ 69.345,88	\$ 85.745,51	\$ 16.399,62	0,65941	\$ 10.814,02	0,60879	\$ 9.983,85
4	\$ 64.914,62	\$ 70.873,79	\$ 87.634,74	\$ 16.760,96	0,57395	\$ 9.619,88	0,51596	\$ 8.648,05
5	\$ 66.852,20	\$ 72.989,24	\$ 90.250,47	\$ 17.261,24	0,49956	\$ 8.623,05	0,43729	\$ 7.548,24
						\$ 16.848,04		\$ 12.986,07
TIR= Tm – Dt (VAN menor)								
VAN menor – VAN mayor								
				16848,04				
NTIR =15 + 0,5 (-----)								
		16.848,04	+	-12986,07				
	NTIR = 28,41%				TIR DEL PROYECTO = 39,46%			
1) DIFERENCIA DE TIR			2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN			3) SENSIBILIDAD		
Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir			% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100			Sensib. = % Var./ Nueva Tir		
Dif.Tir.= 11,05%			% Var. = 27,99%			Sensibilidad = 0,99		

Fuente: Cuadro Presupuesto de Costos N° 71 y Ingresos de Ventas Cuadro No. 74

Elaboración: La Autora

Análisis: Es favorable la inversión en el presente proyecto ya que es sensible a un incremento en los costos hasta un **9,18%** con una sensibilidad del **0,99**

Cuadro No. 85
Análisis de Sensibilidad con Disminución en los Ingresos es de 6,45%

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			6,45%		14,96%		15,60%	
						-37.907,12		-37.907,12
1	\$ 60.432,83	\$ 81.584,32	\$ 76.322,13	\$ 15.889,30	0,8699	\$ 13.821,59	0,8651	\$ 13.745,07
2	\$ 61.943,23	\$ 83.623,37	\$ 78.229,66	\$ 16.286,42	0,7567	\$ 12.323,45	0,7483	\$ 12.187,37
3	\$ 63.515,19	\$ 85.745,51	\$ 80.214,92	\$ 16.699,73	0,6582	\$ 10.991,81	0,6473	\$ 10.810,26
4	\$ 64.914,62	\$ 87.634,74	\$ 81.982,30	\$ 17.067,68	0,5725	\$ 9.772,09	0,5600	\$ 9.557,47
5	\$ 66.852,20	\$ 90.250,47	\$ 84.429,32	\$ 17.577,12	0,4980	\$ 8.754,15	0,4844	\$ 8.514,49
						\$ 17.755,97		\$ 16.907,54
$NTIR = T_m - Dt \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$								
			17.755,97					
$NTIR = 15 + 0,5 \left(\frac{17.755,97}{-16.907,54} \right)$								
			17.755,97	+	-16.907,54			
	NTIR =	28,35%				TIR DEL PROYECTO =	39,46%	
1)	DIFERENCIA DE TIR		2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN		3) SENSIBILIDAD			
	Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir		% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100		Sensib. = % Var./ Nueva Tir			
	Dif.Tir.= 0,11		% Var. = 28,15%		Sensibilidad = 0,99			

Fuente: Cuadro Presupuesto de Costos N° 73 y Ingresos de Ventas Cuadro No. 76

Elaboración: La Autora

Análisis: Es favorable la inversión en el presente proyecto ya que es sensible a una disminución en los ingresos hasta un **6,45%** con una sensibilidad del **0,99**.

h. Conclusiones

Luego de haber desarrollado la presente propuesta se establece las siguientes conclusiones:

1. La metodología utilizada implicó en la aplicación de sus técnicas como parte del proceso, el cálculo de la muestra para el desarrollo de encuestas a las familias de la parroquia urbana de la ciudad y entrevistas a los diferentes locales de heladerías que venden o comercializan helados en la ciudad de Catamayo, procediendo posteriormente a elaborar los cuestionarios y las alternativas que podrían presentarse.
2. En el análisis de los resultados obtenidos se observa que un 95% de la población consume helados y estaría dispuesta a pagar desde **0,50ctvs** por los helados, precio que varía por la presentación del mismo, es importante destacar que en la ciudad de Catamayo, no existe proveedor alguno que produzca helados de maní.
3. El 97% de la población estaría dispuesta a consumir helados de maní, proyectando una producción diaria de 632 unidades, considerando los datos obtenidos se estima una producción de 164.320 unidades anuales, que representan el 50% de participación de la empresa en la producción y la capacidad instalada operaría en un límite del 100% aproximadamente.
4. Los helados de maní adquiere el nombre de “King’s Maní”, con es el slogan **“Una elección diferente”**, consecuentemente se elabora la etiqueta, el logo, se describe los procesos de producción, distribución, cálculo del precio y la publicidad requerida para su aceptación en la ciudadanía.

5. El personal propuesto para la implementación de “King’s Mani”, son cuatro personas (Administradora – Secretaria y llevara la contabilidad de la empresa, 2 Obreros y 1 Vendedor), elaborando el organigrama funcional y la descripción de las funciones que desempeñará cada uno de ellos en un manual.
6. En lo económico se estima una inversión inicial de \$ **37.907,12** necesarios para el funcionamiento de la empresa “**King’s Mani**” contado con un capital propio de \$ **27907,12** y capital externo mediante un préstamo al banco del austro con un monto de \$ **10.000,00** con la tasa de interés del 15%. Mediante la aplicación de los presupuestos se calculó el precio de venta al público de **0,50ctvs** cada helado con el margen de utilidad de **35%** en la cual trabajara los 5 años de vida útil del proyecto, punto de equilibrio año 1 debe vender \$ **50.688,10** para ni perder ni ganar con el **62%** de capacidad instalada
7. En la Evaluación financiera, aplique los diferentes ratios la cual me permite conocer al 100% la rentabilidad de implementar la empresa, en la cual se obtiene un Valor Actual Neto (**VAN**) de \$ **24.625,30**, Tasa Interna de Retorno (**TIR**) del **39,46%**, período de recuperación (**PRC**) de 2 año, 1 meses y 10 días; relación beneficio costo (**RBC**) de 1,35 que representa **0,35 ctvs.** ; asociado con un análisis de sensibilidad basado en el **incremento de los costos** con un **9,18%** y con la sensibilidad del **0,99**, seguidamente se describe que el proyecto permite el **6,45%** de la **disminución de ingresos** con una sensibilidad de **0,99**, es así, que se observa una proyecto rentable y sustentable en el tiempo por la diversidad del producto y la carencia del mismo para ser consumido por los habitantes de la ciudad de Catamayo

i. Recomendaciones

De acuerdo a la información descrita en el presente proyecto se estima conveniente considerar las siguientes recomendaciones:

1. Utilizar la capacidad instalada en un porcentaje mayor, que permita obtener una mayor incidencia dentro de la demanda efectiva, con la finalidad de obtener mayores recursos y utilidades.
2. Realizar un adecuado plan de marketing y publicidad que permita a la ciudadanía Catamayence, conocer el producto y permita el consumo masivo del mismo.
3. Capacitar adecuadamente al personal en el uso de la maquinaria, producción y elaboración de los helados de maní, con la finalidad de evitar pérdidas en la producción, que podrían reflejarse en una disminución del nivel de ventas.
4. Que el Banco del Austro siga a través de sus mecanismos de crédito facilitando préstamos, para de esta manera fomentar el desarrollo empresarial en nuestro Cantón de la ciudad de catamayo.
5. Considerar los valores obtenidos en la evaluación financiera, como un estándar que permita medir niveles de producción y eficiencia en la operación de la empresa y analizar los posibles incrementos y/o disminuciones de algunos rubros proyectados.

j. Bibliografía

- Mantello, S. (2007). Notas sobre helados, Disponible en: <http://www.mundohelado.com/helados/historia.htm>].
- MEJIA ROBERT Libro Maní (06 de 08 de 2001). mexico: Mc Werk.
- VANGUARDIA LIBERAL, (2013). Beneficios de la Leche. Disponible en:
 - [http://www.companiamedica.com/salud_&_belleza/tipos_de_leche.html].
- BACA Gabriel, Evaluación de Proyectos, México, Mac Graw Hill, 3ra Edición, 1997
- <http://www.cepyme.clasificaciondelaempresa.ec>
- SAPAG, Nassir y Sapag Reinaldo (2010), preparación y Evaluacion de proyectos, Edicion Mc Graw-Hill, Mexico, pag. 25-36
- REYES PONCE, Agustín,, Administración de Empresas,, Edit, Limusa,, México,, 1982
- Universidad Nacional de Loja, Módulo X, Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión Empresarial
- BACA Urbina Gabriel. Evaluación de proyectos. PÁG. 7. Resumen
- Mora, Manuel. Enrique Pasaca. (2004). Estudio de la oferta y tipos de la oferta. Pag. 48-49 Loja.
- HERNÁNDEZ, Cesáreo; “Plan de Marketing Estratégico”, Guía práctica para elaborarlo paso a paso, Gestión 2000
- Edilberto, M. (2013). Evaluación de Proyectos, 3ª edición, Quit. quito: Centro de Reproducción Digital, pag.52

- BOYA Harper W; Westfall Ralph; “Investigación Técnico”; grupo Noriega Editores; 1993
- Gabriel., B. U. (1992 (17/06/3013)). TAMAÑO DE LA EMPRESA. En B. U
- Mora, M. E. (2004). CAPACIDAD TEORICA hasta . En M. E. Mora, Formulación y evaluación de proyectos de inversión (pág. Pág.: 51 hasta 52). Loja.
- Chain, n. S. (2007). Localizacion. En n. S. Chain, “preparación y evaluación de proyectos ”, (págs. Páginas: 21,22(copia, análisis)). Santiago(chile): editorial mc graw hill , cuarta edición,
- Fernando, L. (2013). estudio tecnico. Mexico: Mc Hiill.
- URBINA, B. ((1992)). Evaluación de Proyectos Editorial 4ta edición. Mexico: Mc Graw Hill.
- Manuel Enrique pasaca mora libro FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION, flujograma de procesos pag. 57
- QUEZADA GONZALEZ, Miguel Aurelio, Diseño y Evaluación deProyectos, Universidad Técnica Particular de Loja, Modalidad Abierta, Loja-Ecuador, 2006,
- Manuel Enrique pasaca Mora, (2004). Estudio Administrativo. libro, Formulación y evaluación de proyectos de inversión (pág. pag 58 hasta 60). LOJA.
- kotler, p. (2013). "dirección de la mercadotecnia organigramas (análisis, planeación, implementación y control) 7ma edicion. México.: prentice hall hispanoamericana s.a. naucalpan de juárez. Edo.
- Mora, M. E. (2009). Manual de Funciones. En M. E. Mora, Formulación y evaluación de proyectos de inversión (pág. Pág.: 63 hasta 64). LOJA.

- Gabriel, B. U. (2011). “proyectos”. En B. U. Gabriel, “proyectos” (pág. Pág. 160). McGraw Hill Interamericana.
- Eliseo, o. J. (2009). Formulación y evaluación de proyectos.
- cordova, m. (2011). Inversiones formulación y evaluación de proyectos.
- Mora, Manuel. Enrique pasaca. (2004). Formulación y evaluación de proyectos de inversión. Activos fijos hasta fuentes de financiamiento (pág. Pág.: 64 hasta 69). Loja.
- Augusto, Cesar. (2008 (pag 27)). Administración de Empresas. Loja-Ecuador: ALARCON.
- Eliseo, Ocampo. Jose. (año 2010). Pag.14 edicion 4 Formulación y Evaluación de Proyectos
- pasaca, Manuel. e. ((año 2004)). Costo primo hasta presupuesto proyectado. libro, Formulación y evaluación de proyectos de inversión (pág. pag 70 hasta 78). loja.
- Lemus, Williams. Jimenez. (2012/ 16/ abril). Estados financieros
- Gómez, Giovanny. E. (2001/ Agosto). Analisis Financiero.
- SAPAG CHAIN, N. (. 2008). NACIONAL DE LOJA. Administración Financiera, Guía Didáctica para la Carrera de Administración de Empresas. Módulo VI.. Administración Financiera. Loja-Ecuador.
- Solomon, E. estudio financiero Tasa Internade Retorno ((2010)).
- Gitman, (2006) Principios de Administración Financiera (pág. Pág. 342 capítulo 9 Décima Edición)

- Gitman, Lawrence. J. (2012). Principios de Administración . Loja: Décima Edición.
- Guía de Estudio del IX Módulo de la Universidad Nacional de Loja. Evaluación de proyectos. Loja-Ecuador. Año 2004. Pág. 45-46.
- Mora, Manuel. Enrique. (2004). Analisis de sensibilidad.Libro, formulacion y evaluacion de proyectos de inversion (Pag.95).
- INEC-Censo de población y vivienda 2010, promedio de personas por hogar que forman la familia es de 3,8 redondeando 4 miembros.
- Formato de Encuestas y entrevistas aplicadas a la ciudad de catamayo población Urbana.

k. Anexos

Anexo N° 1



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JURIDICA SOCIAL ADMINISTRATIVA
CARRERA: Administración de Empresas**

Señor (a) reciba un cordial saludo de la Universidad Nacional de Loja de la carrera de Administración de Empresas de la Área Jurídica Social y Administrativa. Le solicito muy comedidamente a Usted se digne a responder las siguientes preguntas, La presente encuesta tiene como objetivo recabar información para el desarrollo de trabajo de tesis de un proyecto de inversión para la implementación de una empresa productora y comercializadora de helados de maní en la ciudad de Catamayo, mediante estos datos poder determinar la posible acogida del producto que se pretende ofrecer al mercado.

ENCUESTA

1. ¿En su familia consume helados?

- Si
No

2. ¿Qué clase de presentación de helados consume?

- Vaso
Paleta
Porción (Cono)
Porción (Copa)
Tarrina de 1 Litro

3. ¿Qué cantidad de helados consume semanalmente?

Vaso	1 a 3 <input type="checkbox"/>
	4 a 6 <input type="checkbox"/>
	7 a más <input type="checkbox"/>
Paleta	1 a 3 <input type="checkbox"/>
	4 a 6 <input type="checkbox"/>
	7 a más <input type="checkbox"/>
Porción (Cono)	1 a 3 <input type="checkbox"/>
	4 a 6 <input type="checkbox"/>
	7 a más <input type="checkbox"/>
Porción (Copa)	1 a 3 <input type="checkbox"/>
	4 a 6 <input type="checkbox"/>
	7 a más <input type="checkbox"/>
Tarrina de 1 Litro	1 a 3 <input type="checkbox"/>
	4 a 6 <input type="checkbox"/>
	7 a más <input type="checkbox"/>

4. ¿Cuáles son los sabores de helados que usted consume?

- | | | | |
|-------------|-----|-------------|-----|
| Coco | () | Chocolate | () |
| Mango | () | Ron Pasa | () |
| Frutilla | () | Almendras | () |
| Mora | () | Caseros | () |
| Naranja | () | Cerezas | () |
| Frutas | () | Aguacate | () |
| Otros | () | Mágnun | () |
| Cuales..... | | Artesanales | () |

5. ¿La calidad de los helados que usted consume le parece?

- Excelente ()
Bueno ()
Regular ()

6. ¿En qué lugar usted adquiere los helados?

- Heladerías ()
Tiendas ()
Autoservicios ()
Supermercados ()

7. ¿Conoce usted los beneficios nutricionales de maní?

- Si ()
No ()

8. ¿Si respondió positivo la pregunta 8 marque con una X el beneficio conocido por usted?

- Prevención de enfermedades cardiovasculares ()
Libre de colesterol ()
Vitaminas y Minerales ()
Prevención de cáncer ()
Proteínas ()

9. ¿Cree usted que al consumir maní mejorará su salud y calidad de vida?

- Mucho ()
Poco ()
Nada ()

10. ¿Conociendo los beneficios del maní, si se llegara a implementar una empresa dedicada a la producción y comercialización de helados de maní altamente nutritivos y exquisito sabor estaría dispuesto a consumir este producto?

- Si ()
No ()

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un helado de maní?

- 0,50 ()
0,75 ()
1,00 ()

1,25 ()

12. ¿En qué medio de comunicación le gustaría enterarse de la existencia de esta nueva empresa?

Radio ()

Televisión ()

Prensa escrita ()

Redes Sociales ()

Referencias personales ()

Hojas volantes

Otros?

Cuales.....

13. ¿Le gustaría recibir alguna promoción en la compra del helado?

Si ()

No ()

14. ¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir por la compra del producto?

Llaveros ()

Gorras ()

Calendarios ()

GRACIAS POR SU COLABORACION

Anexo N° 2



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JURIDICA SOCIAL ADMINISTRATIVA
CARRERA: Administración de Empresas

Señor (a) empresario (a) reciba un cordial saludo de la Universidad Nacional de Loja de la carrera de Administración de Empresas de la Área Jurídica Social y Administrativa. Le solicito muy comedidamente a Usted se digne a responder las siguientes preguntas, La presente encuesta tiene como objetivo recabar información para el desarrollo de trabajo de tesis de un proyecto de inversión para la implementación de una empresa productora y comercializadora de helados de maní en la ciudad de catamayo, mediante estos datos poder determinar la posible acogida del producto que se pretende ofrecer al mercado.

ENTREVISTA

Nombre de la empresa:

NOMBRE	DIRECCION

1. ¿En su negocio vende helados?

Si ()

No ()

2. ¿Qué tipo de marcas de helados vende o distribuye en su negocio?

Pingüino ()

Topsy ()

Esquimo ()

Coqueiros ()

Helados Artesanales ()

3. ¿Cuáles son los sabores de helados de venta en su negocio?

Coco () Chocolate ()

Mango () Ron Pasa ()

Frutilla () Almendras ()

Mora () Caseros ()

Naranja () Cerezas ()

Frutas () Aguacate ()

Otros () Magnum ()

Cuales..... Artesanales ()

4. ¿Qué clase de presentación de helados vende o distribuye en su negocio?

Vaso ()

Paleta ()

Porción (Cono) ()

Porción (Copa) ()

Tarrina de 1 Litro ()

5. ¿Qué cantidad de helados comercializa mensualmente?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Paleta De 0 a 1000		
De 1001 a 2000		
De 2001 a 3000	10	100
Vaso De 0 a 1000		
De 1001 a 2000		
De 2001 a 3000	10	100
Copa De 0 a 1000		
De 1001 a 2000		
De 2001 a 3000	10	100
Cono De 0 a 1000		
De 1001 a 2000		
De 2001 a 3000	8	80
Tarina 1L De 0 a 1000		
De 1001 a 2000		
De 2001 a 3000	2	20

6. ¿Cuál fue el porcentaje de incremento de las ventas de los helados del 2014?

10 % ()

15 % ()

20 % ()

25 % ()

De 50% a mas ()

7. ¿Cuál es el precio de los helados que vende al público en general?

Paleta 0,50 - 1,00 USD	
Vaso 0,50 - 2,00 USD en adelante	
Copa 1,50 - 2,00 USD en adelante	
Tarrina un litro 3,00 - 4,00 USD en adelante	

8. ¿De qué manera obtiene los helados para su comercialización?

Intermediarios ()

Productores ()

9. ¿Cómo adquiere el producto?

Crédito ()

Contado ()

10. ¿Conoce productos derivados de maní?

Si ()

No ()

Cuales.....

11. ¿Conoce usted los beneficios nutricionales de maní?

Si ()

No ()

12. ¿Si respondió positivo la pregunta 13 marque con una X el beneficio conocido por usted?

Prevención de enfermedades cardiovasculares ()

Libre de colesterol ()

Vitaminas y Minerales ()

Prevención de cáncer ()

Proteínas ()

13. ¿Conociendo los beneficios del maní, si se llegara a implementar una empresa dedicada a la producción y comercialización de helados de maní altamente nutritivos y exquisito sabor estaría dispuesto a vender y distribuir este producto en su negocio?

Si ()

No ()

14. ¿Qué factores consideraría para adquirir los helado de maní?

Sabor ()

Precio ()

Servicio ()

Otros.....

15. ¿A través de qué medios de comunicación da a conocer usted su negocio?

Radio ()

Televisión ()

Prensa escrita ()

Redes Sociales ()

Hojas volantes

Cuales.....

16. ¿Le gustaría recibir alguna promoción en la venta de los helados?

Si ()

No ()

17. ¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir por la venta del producto?

Llaveros ()

Gorras ()

Calendarios ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

□ **ACTIVOS FIJOS**

➤ **Adecuación e Instalaciones**

Anexo N° 3

Presupuesto de Adecuación e Instalaciones

ADECUACION E INSTALACIONES				
DENOMINACIÓN	UNIDAD	CANT	P. U	VAL. TOTAL
Adecuación y Remodelación del local	200 m 2	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
TOTAL				\$ 1.500,00

Fuente: Arq. Alex Córdova

Elaborado: La Autora

Anexo N° 4

Depreciación de Adecuación e Instalaciones

VALOR DEL ACTIVO		1500,00		
10 AÑOS DE VIDA UTIL		10% DEPRECIACION		
AÑO	V. Activo	V. Residual	Depreciación	V. Actual
0	\$ 1.500,00	\$ 150,00		\$ 1.350,00
1	\$ 1.350,00		\$ 135,00	\$ 1.215,00
2	\$ 1.215,00		\$ 135,00	\$ 1.080,00
3	\$ 1.080,00		\$ 135,00	\$ 945,00
4	\$ 945,00		\$ 135,00	\$ 810,00
5	\$ 810,00		\$ 135,00	\$ 675,00
6	\$ 675,00		\$ 135,00	\$ 540,00
7	\$ 540,00		\$ 135,00	\$ 405,00
8	\$ 405,00		\$ 135,00	\$ 270,00
9	\$ 270,00		\$ 135,00	\$ 135,00
10	\$ 135,00		\$ 135,00	\$ -

Fuente: Cuadro No. 3 y SRI

Elaboración: La Autora

➤ **Maquinaria para la producción**

Anexo N° 5

Presupuesto de Maquinaria y Equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO				
DENOMINACION	UNIDAD	CANTIDAD	P/U	V/ Total
Congelador Horizontal INDURAMA(300L)	UNIDAD	2	\$ 811,88	\$ 1.623,76
Licadora Semi-Industrial OSTER	UNIDAD	1	\$ 140,30	\$ 140,30
Batidora OSTER	UNIDAD	1	\$ 36,80	\$ 36,80
Selladora	UNIDAD	1	\$ 20,00	\$ 20,00
TOTAL				\$ 1.820,86

FUENTE: Proformas de Almacén MARCIMEX S.A y Comercial Víctor Hugo

ELABORACION: La Autora.

Anexo N° 6

Depreciación de maquinaria

VALOR DEL ACTIVO \$ 1.820,86				
10 AÑOS DE VIDA UTIL		10% DEPRECIACION		
Año	V. Activo	V. Residual	Depreciación	V. Actual
0	\$ 1.820,86	\$ 182,09		\$ 1.638,77
1	\$ 1.638,77		\$ 163,88	\$ 1.474,90
2	\$ 1.474,90		\$ 163,88	\$ 1.311,02
3	\$ 1.311,02		\$ 163,88	\$ 1.147,14
4	\$ 1.147,14		\$ 163,88	\$ 983,26
5	\$ 983,26		\$ 163,88	\$ 819,39
6	\$ 819,39		\$ 163,88	\$ 655,51
7	\$ 655,51		\$ 163,88	\$ 491,63
8	\$ 491,63		\$ 163,88	\$ 327,75
9	\$ 327,75		\$ 163,88	\$ 163,88
10	\$ 163,88		\$ 163,88	\$ -

FUENTE: Cuadro n° 5

ELABORACION: La Autora

➤ **Herramientas para la producción**

Anexo N° 7

Presupuesto de Herramientas de Producción

HERRAMIENTAS DE PRODUCCION				
DENOMINACION	UNIDAD	CANTIDAD	P/U	V/ Total
Cuchara Grande (Madera)	UNIDAD	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Vasos Aluminio (12U)	UNIDAD	41	\$ 3,00	\$ 123,00
Balde Grande 70 litros	UNIDAD	1	\$ 8,00	\$ 8,00
Balde Pequeño 3 litros	UNIDAD	1	\$ 1,00	\$ 1,00
Parrillas	UNIDAD	10	\$ 5,00	\$ 50,00
Latas	UNIDAD	10	\$ 5,00	\$ 50,00
Mesa Metalica	UNIDAD	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Balanza 100 Kg	UNIDAD	1	\$ 50,00	\$ 50,00
TOTAL				\$ 387,00

Fuente: Proformas de varios almacenes de Catamayo y Mecánica METALSUR

Elaboración: La Autora

Anexo N° 8

Depreciación Herramientas de Producción

VALOR DEL ACTIVO 387,00				
10 AÑOS DE VIDA UTIL 10% DEPRECIACION				
Año	V. Activo	V. Residual	Depreciación	V. Actual
0	\$ 387,00	\$ 38,70		\$ 348,30
1	\$ 348,30		\$ 20,49	\$ 327,81
2	\$ 327,81		\$ 20,49	\$ 307,32
3	\$ 307,32		\$ 20,49	\$ 286,83
4	\$ 286,83		\$ 20,49	\$ 266,33
5	\$ 266,33		\$ 20,49	\$ 245,84
6	\$ 245,84		\$ 20,49	\$ 225,35
7	\$ 225,35		\$ 20,49	\$ 204,86
8	\$ 204,86		\$ 20,49	\$ 184,37
9	\$ 184,37		\$ 20,49	\$ 163,88
10	\$ 163,88		\$ 20,49	\$ 143,39

Fuente: Cuadro No.7

Elaboración: La Autora

➤ **Equipo de Seguridad**

**Anexo N° 9
Presupuesto Equipo de Seguridad**

EQUIPOS DE SEGURIDAD				
DENOMINACION	UNIDAD	CANTIDAD	P/U	V/TOTAL
Extintor de 2 kilos	UNIDAD	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Botiquín primeros auxilios	UNIDAD	1	\$ 5,00	\$ 5,00
TOTAL				\$ 25,00

Fuente: Almacenes de la ciudad de Catamayo y Farmacia

Elaborado: La Autora

Anexo N° 10

Depreciación de Equipo de Seguridad

VALOR DEL ACTIVO \$ 25,00				
10 AÑOS DE VIDA UTIL				
10% DEPRECIACION				
AÑO	V. Activo	V. Residual	Depreciación	V. Actual
0	\$ 25,00	\$ 2,50		\$ 22,50
1	\$ 22,50		\$ 2,25	\$ 20,25
2	\$ 20,25		\$ 2,25	\$ 18,00
3	\$ 18,00		\$ 2,25	\$ 15,75
4	\$ 15,75		\$ 2,25	\$ 13,50
5	\$ 13,50		\$ 2,25	\$ 11,25
6	\$ 11,25		\$ 2,25	\$ 9,00
7	\$ 9,00		\$ 2,25	\$ 6,75
8	\$ 6,75		\$ 2,25	\$ 4,50
9	\$ 4,50		\$ 2,25	\$ 2,25
10	\$ 2,25		\$ 2,25	\$ 0,00

Fuente: cuadro No.9

Elaborado: La Autora.

➤ **Equipos de Oficina**

Anexo N° 11

Presupuesto de Equipo de Oficina

EQUIPOS DE OFICINA				
DENOMINACION	UNIDAD	CANTIDAD	P/U	V/TOTAL
Teléfono	UNIDAD	1	\$ 35,00	\$ 35,00
				\$ 35,00

Fuente: Almacen de Catamayo

Elaboración: La Autora

Anexo N° 12

Depreciación de Equipo de Oficina

VALOR DEL ACTIVO		\$ 35,00		
10 AÑOS DE VIDA UTIL		10% DEPRECIACION		
AÑO	V. Activo	V. Residual	Depreciación	V. Actual
0	\$ 35,00	\$ 3,50		\$ 31,50
1	\$ 31,50		\$ 3,15	\$ 28,35
2	\$ 28,35		\$ 3,15	\$ 25,20
3	\$ 25,20		\$ 3,15	\$ 22,05
4	\$ 22,05		\$ 3,15	\$ 18,90
5	\$ 18,90		\$ 3,15	\$ 15,75
6	\$ 15,75		\$ 3,15	\$ 12,60
7	\$ 12,60		\$ 3,15	\$ 9,45
8	\$ 9,45		\$ 3,15	\$ 6,30
9	\$ 6,30		\$ 3,15	\$ 3,15
10	\$ 3,15		\$ 3,15	\$ 0,00

Fuente: Cuadro n° 12

Elaboración: La Autora

➤ **Equipo de Computación**

Anexo N° 13

Presupuesto de equipo de Computación

EQUIPOS DE COMPUTO				
DENOMINACION	UNIDAD	CANTIDAD	P/U	V/TOTAL
Computadora de mesa con impresora	UNIDAD	1	\$ 350,00	\$ 350,00
SUBTOTAL				\$ 350,00
Computadora con impresora Reinversión (4 y 5to año)	UNIDAD	1	\$ 410,00	\$ 410,00
TOTAL				\$ 760,00

Fuente: Master PC de Catamayo

Elaboración: La Autora.

Anexo N°14

Depreciación de Equipo de Cómputo

VALOR DEL ACTIVO \$ 350,00				
3 AÑOS DE VIDA UTIL			3% DEPRECIACION	
AÑO	V. Activo	V. Residual	Depreciación	V. Actual
0	\$ 350,00	\$ 10,50		\$ 339,50
1	\$ 339,50		\$ 113,17	\$ 226,33
2	\$ 226,33		\$ 113,17	\$ 113,17
3	\$ 113,17		\$ 113,17	0,00

Fuente: Cuadro No.13

Elaborado: La Autora

Anexo N° 15

Depreciación de REINVERSION de Equipo de Cómputo

VALOR DEL ACTIVO 410,00				
3 AÑOS DE VIDA UTIL			3% DEPRECIACION	
AÑO	V. Activo	V. Residual	Depreciación	V. Actual
0	\$ 410,00	41,00		\$ 369,00
4	\$ 369,00		\$ 123,00	\$ 246,00
5	\$ 246,00		\$ 123,00	\$ 123,00
6	\$ 123,00		\$ 123,00	0,00

Fuente: Cuadro No.13

Elaborado: La Autora

➤ **Muebles y Enseres**

Anexo N°16

Presupuesto de Muebles y Enseres de Oficina

MUEBLES Y ENSERES				
DENOMINACION	UNIDAD	CANTIDAD	P/U	V/ Total
Escritorios	UNIDAD	2	\$ 125,00	\$ 250,00
Silla Giratoria	UNIDAD	2	\$ 39,00	\$ 78,00
Archivero Vertical 4 cajones	UNIDAD	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Silla de espera	UNIDAD	4	\$ 6,00	\$ 24,00
TOTAL				\$ 442,00

FUENTE: Proformas de varios almacenes

ELABORACION: La Autora

Anexo N°17

Depreciación de Muebles y Enseres de Oficina

VALOR DEL ACTIVO \$ 442,00				
10 AÑOS DE VIDA UTIL		10% DEPRECIACION		
AÑO	V. Activo	V. Residual	Depreciación	V. Actual
0	\$ 442,00	\$ 44,20		\$ 397,80
1	\$ 397,80		\$ 39,78	\$ 358,02
2	\$ 358,02		\$ 39,78	\$ 318,24
3	\$ 318,24		\$ 39,78	\$ 278,46
4	\$ 278,46		\$ 39,78	\$ 238,68
5	\$ 238,68		\$ 39,78	\$ 198,90
6	\$ 198,90		\$ 39,78	\$ 159,12
7	\$ 159,12		\$ 39,78	\$ 119,34
8	\$ 119,34		\$ 39,78	\$ 79,56
9	\$ 79,56		\$ 39,78	\$ 39,78
10	\$ 39,78		\$ 39,78	\$ 0,00

Fuente: Cuadro No. 16

Elaboración: La Autora

➤ **Vehículo**

Anexo N° 18

Presupuesto de Vehículo

VEHICULO				
DENOMINACIÓN	UNIDAD	CANT	P. U	VAL. TOTAL
Camioneta Luv	UNIDAD	1	\$ 27.000,00	\$ 27.000,00
TOTAL				\$ 27.000,00

Fuente: Auto Vall

Elaboración: La Autora

Anexo N°19
Depreciación de Vehículo

VALOR DEL ACTIVO 27000,00				
5 AÑOS DE VIDA UTIL			5% DEPRECIACION	
AÑO	V. Activo	V. Residual	Depreciación	V. Actual
0	\$ 27.000,00	\$ 2.700,00		\$ 24.300,00
1	\$ 24.300,00		\$ 4.860,00	\$ 19.440,00
2	\$ 19.440,00		\$ 4.860,00	\$ 14.580,00
3	\$ 14.580,00		\$ 4.860,00	\$ 9.720,00
4	\$ 9.720,00		\$ 4.860,00	\$ 4.860,00
5	\$ 4.860,00		\$ 4.860,00	\$ -

Fuente: Cuadro No. 18
Elaboración: La Autora.

ACTIVOS DIFERIDOS

Anexo N° 20

Presupuesto de Activos Diferidos

ACTIVO DIFERIDO				
DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	P/U	V/ Total
Estudios preliminares	UNIDAD	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Gastos de Constitución	UNIDAD	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Permiso de Funcionamiento	UNIDAD	1	\$ 500,00	\$ 500,00
TOTAL				\$ 1.500,00

FUENTE: SRI, municipio, abogados.
ELABORACION: La Autora

➤ **Amortización de Activos Diferidos**

Anexo N° 21

Amortización del Activo Diferido

AÑOS	VAL. ACT. DIF.	AMORTIZACIÓN	VALOR TOTAL
1	\$ 1500,00	\$ 300,00	\$ 1200,00
2	\$ 1200,00	\$ 300,00	\$ 900,00
3	\$ 900,00	\$ 300,00	\$ 600,00
4	\$ 600,00	\$ 300,00	\$ 300,00
5	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 0,00

Fuente: cuadro No 20

Elaboración: La Autora

ACTIVOS CIRCULANTES O CAPITAL DE TRABAJO

COSTO PRIMO

➤ **Materia prima directa**

Anexo N° 22

Presupuestos de Materia Prima Directa

MATERIA PRIMA DIRECTA				
DESCRIPCION	UNIDADES	CANTIDAD	P/U	V/ TOTAL
Leche	Litros	153	\$ 0,73	\$ 111,69
Maní	Libras	150	\$ 1,10	\$ 165,00
Leche en polvo	unidades	180	\$ 3,80	\$ 684,00
Azúcar	Libras	500	\$ 0,50	\$ 250,00
TOTAL			MENSUAL	\$ 1.099,00
			ANUAL	\$ 13.188,00

Fuente: distribuidores mayoristas

Elaboración: la autora

Anexo N°23

Proyección de Materia Prima Directa

AÑO	VALOR INC. 3,40%
1	\$ 13.188,00
2	\$ 13.636,39
3	\$ 14.100,03
4	\$ 14.579,43
5	\$ 15.075,13

Fuente: Cuadro No.22 tasa de inflación 3,40% del 30 de Noviembre del 2015
Elaborado: La Autora

➤ Mano de Obra Directa

Anexo N° 24

Presupuesto de Mano de Obra directa

MANO DE OBRA	DIRECTA
DENOMINACION	OBREROS
Sueldo Básico Unificado	\$ 354,00
Décimo Tercer Sueldo	\$ 29,50
Décimo Cuarto SBU/12	\$ 29,50
Vacaciones	\$ 14,75
Aporte IESS 11,15%	\$ 39,47
Aportes IECE 0,5%	\$ 1,77
Aportes SECAP 0,5%	\$ 1,77
Fondo de Reserva	\$ 29,50
Líquido a Pagar	\$ 500,26
Número de obreros	2
TOTAL MENSUAL	\$ 1.000,52
TOTAL AÑO	\$ 12.006,26

Fuente: Tabla Ministerio de lo laboral
Elaboración: La Autora

Anexo N° 25
Proyección Mano de Obra Directa

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3,40%
1	\$ 12.006,26
2	\$ 12.414,48
3	\$ 12.836,57
4	\$ 13.273,01
5	\$ 13.724,29

Fuente: Cuadro No.26, tasa de inflación 3,40% del 30 de Noviembre del 2015
Elaboración: La Autora.

□ COSTO FABRIL O DE PRODUCCIÓN

❖ Materia Prima Indirecta.

Anexo N° 26
Presupuesto de Materiales Indirectos

MATERIA PRIMA INDIRECTA				
DESCRIPCION	UNIDADES	CANTIDAD	P/U	V/ TOTAL
Paletas 100 Unidades	PAQUETE	32	\$ 0,60	\$ 19,20
Fundas Polyfan	PAQUETE	32	\$ 0,80	\$ 25,60
TOTAL			MENSUAL	\$ 44,80
			ANUAL	\$ 537,60

FUENTE: Almacenes del cantón catamayo
ELABORACION: La Autora.

Anexo N° 27
Proyección Materia Prima Indirectos

AÑO	VALOR INC. 3,40%
1	\$ 537,60
2	\$ 555,88
3	\$ 574,78
4	\$ 594,32
5	\$ 614,53

Fuente: Cuadro No.24, tasa de inflación 3,40% del 30 de Noviembre del 2015
Elaboración: La Autora

➤ **Indumentaria Personal**

Anexo N° 28

Presupuesto de Indumentaria Personal

INDUMENTARIA PERSONAL				
DESCRIPCION	UNIDADES	CANTIDAD	P/U	V/ TOTAL
Delantales	UNIDAD	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Mallas	UNIDAD	2	\$ 0,75	\$ 1,50
Gorros	UNIDAD	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Guantes de caucho	UNIDAD	2	\$ 1,75	\$ 3,50
Mandiles	UNIDAD	2	\$ 1,00	\$ 2,00
Guantes quirúrgicos	UNIDAD	2	\$ 0,35	\$ 0,70
Mascarillas	UNIDAD	2	\$ 0,30	\$ 0,60
TOTAL			MENSUAL	\$ 16,30
			ANUAL	\$ 195,60

FUENTE: Comercial Víctor Hugo del cantón catamayo

ELABORACION: La Autora

Anexo N° 29

Proyección Indumentaria Personal

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3,40%
1	\$ 195,60
2	\$ 202,25
3	\$ 209,13
4	\$ 216,24
5	\$ 223,59

Fuente: Cuadro No.28, tasa de inflación 3,40% del 30 de Noviembre del 2015

Elaboración: La Autora

➤ Útiles de Aseo de Limpieza

Anexo N° 30

Presupuesto de Útiles de Aseo y Limpieza para la producción

UTILES DE ASEO Y LIMPIEZA				
DESCRIPCION	UNIDADES	CANTIDAD	P/U	V/ TOTAL
Escobas	UNIDAD	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Trapeador	UNIDAD	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Basurero grande	UNIDAD	1	\$ 1,50	\$ 1,50
Basurero pequeño	UNIDAD	1	\$ 1,25	\$ 1,25
Papel Higiénico	PACAS	1	\$ 4,50	\$ 4,50
Desinfectante	GALON	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Sarrolin	GALON	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Detergente	2 Kg	1	\$ 3,34	\$ 3,34
Ambiental	GALON	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Toallas de mano	UNIDAD	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Lava vajilla	1000g	1	\$ 1,90	\$ 1,90
Esponja de vajilla	UNIDAD	1	\$ 0,35	\$ 0,35
Lustre	UNIDAD	1	\$ 0,35	\$ 0,35
Estropajo	UNIDAD	1	\$ 0,35	\$ 0,35
TOTAL			MENSUAL	\$ 35,54
			ANUAL	\$ 426,48

FUENTE: Comercial Víctor Hugo del cantón catamayo
ELABORACION: La Autora

Anexo N° 31

Proyección Útiles de Aseo

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3,40%
1	\$ 426,48
2	\$ 440,98
3	\$ 455,97
4	\$ 471,48
5	\$ 487,51

Fuente: Cuadro No.30, tasa de inflación 3,40% del 30 de Noviembre del 2015
Elaboración: La Autora.

➤ **Servicios Básicos para la producción.**

➤ **Energía Eléctrica**

**Anexo N° 32
Presupuesto de Energía Eléctrica**

ENERGIA ELECTRICA				
DENOMINACION	UNIDAD	CANTIDAD	C/U	C/TOTAL
Consumo de Energía	Kw/h	367	\$ 0,15	\$ 55,05
TOTAL			MENSUAL	\$ 55,05
			ANUAL	\$ 660,60

Fuente: EERSA

Elaborado: La Autora

**Anexo N° 33
Proyección de Energía Eléctrica**

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3,40%
1	\$ 660,60
2	\$ 683,06
3	\$ 706,28
4	\$ 730,30
5	\$ 755,13

Fuente: Cuadro No.32, tasa de inflación 3,40% del 30 de Noviembre del 2015

Elaboración: La Autora

➤ **Agua Potable**

**Anexo N° 34
Presupuesto de Agua Potable**

CONSUMO DE AGUA				
DENOMINACION	UNIDAD	CANTIDAD	C/U	C/TOTAL
Consumo de Agua	m3	80	\$ 0,19	\$ 15,20
TOTAL			MENSUAL	\$ 15,20
			ANUAL	\$ 182,40

Fuente: GAD Municipal de catamayo

Elaborado: La Autora

**Anexo N° 35
Proyección de Agua Potable**

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3,40%
1	\$ 182,40
2	\$ 188,60
3	\$ 195,01
4	\$ 201,64
5	\$ 208,50

Fuente: Cuadro No.34, tasa de inflación 3,40% del 30 de Noviembre del 2015

Elaboración: La Autora.

➤ Arriendo

**Anexo N° 36
Presupuesto de Arriendo**

ARRIENDIO				
DENOMINACION	UNIDAD	CANTIDAD	C/U	C/TOTAL
Arriendo	MENSUALIDAD	1	\$ 200,00	\$ 200,00
TOTAL			MENSUAL	\$ 200,00
			ANUAL	\$ 2.400,00

FUENTE: Local de Arriendo del cantón catamayo
ELABORACION: La Autora

**Anexo N° 37
Proyección de Arriendo**

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3,40%
1	\$ 2.400,00
2	\$ 2.481,60
3	\$ 2.565,97
4	\$ 2.653,22
5	\$ 2.743,43

Fuente: Cuadro No.36, tasa de inflación 3,40% del 30 de Noviembre del 2015
Elaboración: La Autora

➤ Mantenimiento de Vehículo

**Anexo N° 38
Presupuesto Mantenimiento de Vehículo.**

MANTENIMIENTO DE VEHICULO				
DENOMINACION	UNIDAD	CANTIDAD	C/U	C/TOTAL
Mantenimiento	Unidad	1	\$ 80,00	\$ 80,00
TOTAL			MENSUAL	\$ 80,00
			ANUAL	\$ 960,00

Fuente: Mecánica Automotriz
Elaboración: La Autora

**Anexo N° 39
Proyección de Mantenimiento de Vehículo**

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3,40%
1	\$ 960,00
2	\$ 992,64
3	\$ 1.026,39
4	\$ 1.061,29
5	\$ 1.097,37

Fuente: Cuadro No.38, tasa de inflación 3,40% del 30 de Noviembre del 2015
Elaboración: La Autora.

➤ **Combustible**

**Anexo N° 40
Combustible de Vehículo.**

COMBUSTIBLE PARA VEHICULO				
DENOMINACION	UNIDAD	CANTIDAD	C/U	C/TOTAL
Diésel	Galón	30	\$ 2,00	\$ 60,00
TOTAL			MENSUAL	\$ 60,00
			ANUAL	\$ 720,00

Fuente: Gasolinera el Castillo

Elaboración: La Autora,

**Anexo N° 41
Proyección de Combustible de Vehículo**

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3,40%
1	\$ 720,00
2	\$ 744,48
3	\$ 769,79
4	\$ 795,97
5	\$ 823,03

Fuente: Cuadro n° 40, tasa de inflación 3,40% del 30 de Noviembre del 2015

Elaboración: La Autora

GASTOS ADMINISTRATIVOS

➤ **Útiles de Oficina**

**Anexo N° 42
Presupuesto de Útiles de Oficina**

UTILES DE OFICINA				
DENOMINACION	UNIDAD	CANTIDAD	C/U	C/TOTAL
Tintas de impresora	RECARGAS	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Sellos	UNIDAD	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Carpeta	UNIDAD	2	\$ 0,40	\$ 0,80
Hojas de papel A4	RESMAS x 500	1	\$ 3,30	\$ 3,30
Lapiceros	CAJA x 12	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Lápices	CAJA x 12	1	\$ 1,50	\$ 1,50
Borrador	CAJA x 12	1	\$ 2,50	\$ 2,50
Grapadoras	UNIDAD	1	\$ 3,25	\$ 3,25
Perforadoras	UNIDAD	1	\$ 3,50	\$ 3,50
Grapas	CAJA x 100	1	\$ 1,50	\$ 1,50
Clip	CAJA x 100	1	\$ 1,50	\$ 1,50
Cuadernos (Unidad)	UNIDAD	2	\$ 2,00	\$ 2,00
Archivadores	UNIDAD	2	\$ 2,50	\$ 5,00
			MENSUAL	\$ 47,85
			ANUAL	\$ 574,20

FUENTE: Diferentes comercios cantón catamayo

ELABORACION: La Autora.

Anexo N° 43
Proyección de Útiles de Oficina

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3,40%
1	\$ 574,20
2	\$ 593,72
3	\$ 613,91
4	\$ 634,78
5	\$ 656,36

Fuente: Cuadro No.42, tasa de inflación 3,40% del 30 de Noviembre del 2015

Elaboración: La Autora.

➤ **Servicios Básicos**

Servicio Telefónico

Anexo N° 44
Presupuesto de Teléfono

CONSUMO TELEFONICO				
DENOMINACION	UNIDAD	CANTIDAD	C/U	C/TOTAL
Consumo Telefónico	Min	100	\$ 0,15	\$ 15,00
TOTAL			MENSUAL	\$ 15,00
			ANUAL	\$ 180,00

Fuente: CNT

Elaborado: La Autora

Anexo N° 45
Proyección de Teléfono

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3,40%
1	\$ 180,00
2	\$ 186,12
3	\$ 192,45
4	\$ 198,99
5	\$ 205,76

Fuente: Cuadro No.44, tasa de inflación 3,40% del 30 de Noviembre del 2015

Elaboración: La Autora

➤ Energía Eléctrica

**Anexo N° 46
Presupuesto de Energía Eléctrica**

ENERGIA ELECTRICA				
DENOMINACION	UNIDAD	CANTIDAD	C/U	C/TOTAL
Consumo de Energía	Kw/h	60	\$ 0,15	\$ 9,00
TOTAL			MENSUAL	\$ 9,00
			ANUAL	\$ 108,00

Fuente: EERSA
Elaborado: La Autora.

**Anexo N° 47
Proyección de Energía Eléctrica**

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3,40%
1	\$ 108,00
2	\$ 111,67
3	\$ 115,47
4	\$ 119,39
5	\$ 123,45

Fuente: Cuadro No.46, tasa de inflación 3,40% del 30 de Noviembre del 2015
Elaboración: La Autora

➤ Agua Potable

**Anexo N° 48
Presupuesto de Agua Potable**

CONSUMO DE AGUA				
DENOMINACION	UNIDAD	CANTIDAD	C/U	C/TOTAL
Consumo de Agua	m3	32	\$ 0,19	\$ 6,08
TOTAL			MENSUAL	\$ 6,08
			ANUAL	\$ 72,96

Fuente: GAD Municipal de catamayo
Elaborado: La Autora

**Anexo N° 49
Proyección de Agua Potable**

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3,40%
1	\$ 72,96
2	\$ 75,44
3	\$ 78,01
4	\$ 80,66
5	\$ 83,40

Fuente: Cuadro No 48, tasa de inflación 3,40% del 30 de Noviembre del 2015
Elaboración: La Autora.

➤ Sueldos administrativos

Anexo N° 50

Presupuesto de Sueldos Administrativos

Administradora – Secretaria

PRESUPUESTO DE LOS SUELDOS DE ADMINISTRACION		
DENOMINACION	GERENTE	SECRE./CONT.
Sueldo Básico Unificado	\$ 500,00	\$ 360,00
Décimo Tercer Sueldo	\$ 41,67	\$ 30,00
Décimo Cuarto SBU	\$ 29,50	\$ 29,50
Vacaciones	\$ 20,83	\$ 15,00
Aporte patronal IESS 11,15%	\$ 55,75	\$ 40,14
Aportes IECE 0,5%	\$ 2,50	\$ 1,80
Aportes SECAP 0,5%	\$ 2,50	\$ 1,80
Fondo de Reserva	\$ 41,67	\$ 30,00
Líquido a Pagar	\$ 694,42	\$ 508,24
Número de obreros	1	1
TOTAL MENSUAL	\$ 694,42	\$ 508,24
TOTAL AÑO	\$ 8.333,00	\$ 6.098,88
Total Sueldos Administrativos	\$ 14.431,88	

Fuente: Ministerio de laboral

Elaboración: La Autora.

Anexo N° 51

Proyección de Sueldos Administrativos

AÑOS	VALOR INC. 3,40%
1	\$ 14.431,88
2	\$ 14.922,56
3	\$ 15.429,93
4	\$ 15.954,55
5	\$ 16.497,00

Fuente: Cuadro No 50, tasa de inflación 3,40% del 30 de Noviembre del 2015

Elaboración: La Autora.

- Gastos de Ventas
- Personal de Ventas

Anexo N° 52

Personal de Ventas

PRESUPUESTO DE PERSONAL DE VENTA	
DENOMINACION	OBREROS
Sueldo Básico Unificado	\$ 354,00
Décimo Tercer Sueldo	\$ 29,50
Décimo Cuarto SBU/12	\$ 29,50
Vacaciones	\$ 14,75
Aporte IESS 11,15%	\$ 39,47
Aportes IECE 0,5%	\$ 1,77
Aportes SECAP 0,5%	\$ 1,77
Fondo de Reserva	\$ 29,50
Líquido a Pagar	\$ 500,26
Número de obreros	\$ 1,00
TOTAL MENSUAL	\$ 500,26
TOTAL AÑO	\$ 6.003,13
Total Sueldos Administrativos	\$ 6.003,13

Fuente: Ministerio de laboral

Elaboración: La Autora.

Anexo N° 53

Proyección de Sueldos de Personal de Ventas

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3,40%
1	\$ 6.003,13
2	\$ 6.207,24
3	\$ 6.418,28
4	\$ 6.636,51
5	\$ 6.862,15

Fuente: Cuadro No 52, tasa de inflación 3,40% del 30 de Noviembre del 2015

Elaboración: La Autora.

GASTOS DE PUBLICIDAD

➤ **Promoción y Publicidad**

Anexo N° 54

Presupuestos Publicidad

PROMOCION Y PUBLICIDAD				
DENOMINACION	UNIDAD	CANTIDAD	C/U	C/TOTAL
HOJAS VOLANTES	UNIDAD	1000	\$ 0,05	\$ 50,00
TOTAL			MENSUAL	\$ 50,00
			ANUAL	\$ 600,00

FUENTE: Resultados de las encuesta aplicadas en el cantón catamayo y graficas **AGUICAR**

ELABORACION: La Autora

Anexo N° 55

Proyección de Publicidad

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3,40%
1	\$ 600,00
2	\$ 620,40
3	\$ 641,49
4	\$ 663,30
5	\$ 685,86

Fuente: Cuadro No.54, tasa de inflación 3,40% del 30 de Noviembre del 2015

Elaboración: La Autora

□ FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

Anexo N° 56

Tabla de Amortización

CAPITAL: \$ 10.000,00		PAGO: SEMESTRAL		
INTERÉS: 15,00%				
TIEMPO: 5 AÑOS				
TIEMPO	AMORTIZACION	INTERÉS	DIVIDENDO	CAPITAL RED.
0				\$ 10.000,00
1	\$ 1.000,00	\$ 750,00	\$ 1.750,00	\$ 9.000,00
2	\$ 1.000,00	\$ 675,00	\$ 1.675,00	\$ 8.000,00
3	\$ 1.000,00	\$ 600,00	\$ 1.600,00	\$ 7.000,00
4	\$ 1.000,00	\$ 525,00	\$ 1.525,00	\$ 6.000,00
5	\$ 1.000,00	\$ 450,00	\$ 1.450,00	\$ 5.000,00
6	\$ 1.000,00	\$ 375,00	\$ 1.375,00	\$ 4.000,00
7	\$ 1.000,00	\$ 300,00	\$ 1.300,00	\$ 3.000,00
8	\$ 1.000,00	\$ 225,00	\$ 1.225,00	\$ 2.000,00
9	\$ 1.000,00	\$ 150,00	\$ 1.150,00	\$ 1.000,00
10	\$ 1.000,00	\$ 75,00	\$ 1.075,00	\$ -
		\$ 4.125,00	\$ 14.125,00	

Fuente: Cuadro Inversión No.67 y Banco del Austro

Elaborado: La Autora

Anexo N° 57

Tabla de Interés Anual del Préstamo

AÑO	INTERES
1	\$ 1.425,00
2	\$ 1.125,00
3	\$ 825,00
4	\$ 525,00
5	\$ 225,00
TOTAL	\$ 4.125,00

Fuente: Cuadro No.56 Banco del Austro

Elaborado: La Autora

ANEXO 58

RESUMEN DEL PROYECTO APROBADO

a. TEMA

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE HELADOS DE MANI EN LA CIUDAD DE CATAMAYO”

b. PROBLEMÁTICA

Los malos hábitos alimenticios que han venido teniendo las personas a lo largo del tiempo, han ocasionado la búsqueda de nuevos alimentos más sanos y nutritivos, de estos alimentos es el maní, ya que contiene un alto porcentaje vitaminas y proteínas y no contienen colesterol.

El mercado mundial de helados y postres congelados está valuado en unos 72,000 millones de dólares anuales. Cada estadounidense consume, en promedio, 27 litros de helado al año convirtiendo a ese mercado en el más importante del mundo con ingresos que superan los 20,500 millones de dólares anuales. Es más: el 8% de la leche que se produce en Estados Unidos se utiliza para fabricar helado.

En el país, debido a que el mercado de los helados ha crecido rápidamente y que en la actualidad es un producto de consumo masivo. En el Ecuador, la demanda de helados se ubica en 270 millones de unidades al año, entre los que se incluyen los artesanales, que no son producidos por el sector industrial.

Ese potencial que Ecuador tiene para elevar su consumo, que anualmente se ubica en 1,7 litros por persona, está impulsando a los fabricantes nacionales a desplegar nuevas inversiones para expandir y diversificar su producción.

Unilever (Pingüino) y Heladosa (Topsy), que tienen sus plantas en Guayaquil, han ejecutado acciones para intentar llegar a esa meta.

En la provincia de Loja se evidencia el mayor consumo de helados de las marcas Pingüino y Topsy de las cuales son las más apreciadas por el consumidor lojano, sin embargo la falta de la industria heladera, la población no tiene acceso al consumo de helados local ya

que no cuenta con un estándar de calidad que asegure la garantía y fácil accesibilidad de los consumidores.

Las mejores ventas se dan en Loja, en la que los pedidos se incrementan entre los meses de julio y septiembre, por las festividades en honor a la Virgen de El Cisne. Sin embargo en la temporada de invierno las ventas se reducen significativamente debido a las características climáticas.

En el cantón catamayo existe el desconocimiento de los beneficios nutricionales del maní y sus derivados para el ser humano. Presenta altos contenidos de antioxidantes y polifenoles, el cual presenta sustancia como el resveratrol, esta última sustancia es descriptiva en el maní y se le atribuye importantes propiedades sobre la salud tales como prevención de cáncer, libre de colesterol, vitamina E, minerales, y prevención de enfermedades cardiovasculares, el mismo que ayuda a mejorar la calidad de vida; su escaso consumo se debe básicamente al hecho de que existe escasa información y publicidad de los mismos.

Es por ello nace la idea de **implementar una empresa productora y comercializadora de helados de maní en la ciudad de catamayo**, este con el fin de colocar de alguna manera una buena alimentación en la población de nuestra ciudad además de obtener beneficios económicos.

Tomando en cuenta que el cantón catamayo tiene un clima seco y subtropical húmedo y muy productivo en recursos agropecuarios. En el cual se cuenta con la materia prima en el mismo cantón y no es necesario transportarse a otros lugares para obtener la materia prima.

Nuestros consumidores potenciales serían niños, jóvenes y adultos sin considerar un límite de edad, puesto que son productos que contiene un alto valor nutritivo que resulta beneficioso para salud de las personas.

Por último, a causa del posicionamiento de los productos tradicionales, ha evitado que los consumidores prueben esta alternativa, la cual ofrecemos, se tiene la posibilidad de ingresar al mercado, para poder introducir los helados de maní a todos los consumidores, por lo que se priorizara llegar a las personas que necesitan consumir productos sanos y nutritivos y de calidad. Se espera que muchas personas que antes no consumían estos

productos lo comiencen a consumir, ya que contiene valores nutritivos que lo hace diferente de las demás marcas que se encuentran en el mercado.

Con el presente proyecto se busca determinar los diversos canales de distribución, técnicos en ventas y los diversos factores en los cuales nuestra competencia aún no ha intervenido y así ponerlos a nuestro favor.

c. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL.

- Determinar mediante un estudio de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de helados de maní en la ciudad de catamayo.

OBJETIVO ESPECÍFICO.

- Realizar el estudio de mercado para establecer la demanda, oferta del producto.
- Establecer el estudio técnico para determinar capacidad instalada, utilizada y la ingeniería del proyecto.
- Diseñar la estructura administrativa y legal de la empresa para establecer la personaría jurídica a aplicarse, especificando capital, razón social y trámites legales para la constitución de la misma.
- Realizar el estudio económico para determinar la inversión y financiamiento necesarios para poner en marcha el futuro proyecto.
- Determinar la evaluación financiera que reflejen la situación a futuro de la empresa como: Valor Actual Neto, Relación Beneficio Costo, Recuperación de Capital, Tasa Interna de Retorno y Análisis de Sensibilidad, que presente el proyecto en las condiciones planteadas y en diferentes escenarios

f. METODOLOGÍA

Para el desarrollo de la propuesta investigativa aplicaremos los métodos y técnicas se detallan a continuación:

a. MÉTODOS

➤ Método deductivo

Contribuyo en la determinación de la bibliografía necesaria para la realización del trabajo investigativo. Además permitirá la descripción que antecede generales del producto que se pretende ofrecer y el mercado al que se va a cubrir, de igual forma permite determinar la problemática y necesidad de implementación de la empresa de helados de maní para la ciudad de catamayo.

➤ Método inductivo

Permitirá procesar toda la información que se recolectara mediante la aplicación de las encuestas, lo que ayudara a conocer y analizar todas las causas que lleva a la necesidad de elaborar un producto, tomando en cuenta los gustos y preferencias de las personas.

➤ Método descriptivo

Ayudará a determinar cómo se está dando el consumo de helados en catamayo, para lo cual se presenta en la problemática existente, que es el no consumir un postre que ayude a la salud de su organismo, lo que aporato con la idea de implementar la nueva idea del negocio.

b. TÉCNICAS

También se utilizara las técnicas de investigación de campo, se detalla a continuación:

- Observación directa
- La entrevista
- La encuesta

- Recopilación de información bibliográfica, entre otros.

Población.

Se determina mediante los datos del (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo) **INEC** en el año **2010**, que la mayoría de los habitantes se encuentran ubicados en el sector urbano del cantón catamayo contando con **22.697** habitantes, así mismo en el sector rural tenemos **7.941** habitantes, dándonos un total de **30.638** habitantes para el año **2010**. Este proyecto se tomara en cuenta la población urbana de la ciudad de catamayo.

FORMULA:

$$P_{2015} = 22.697 (1 + 0,014)^5$$

$$P_{2015} = 22.697 (1, 014)^5$$

$$P_{2015} = 22.697 (1, 0719876)$$

$$P_{2015} = \mathbf{24.331}$$

PROYECCION DE LA POBLACION

Tasa de crecimiento 1,40

AÑOS	POBLACION
0	22.697
1	23.015
2	23.337
3	23.664
4	23.995
5	<u>24.331</u>

La población Urbana es de **22.697** con la tasa de crecimiento **1.40%**, proyectado esta población nos da **24.331** habitantes en el año **2015**, estos habitantes serán nuestros potenciales consumidores finales, y así obtenemos la siguiente muestra:

Tamaño de la Muestra

La fórmula que se utilizara para determinar el tamaño de la muestra para la aplicación de encuestas, es la siguiente:

Formula:

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

$$n = \frac{24.331}{1 + 24.331 (5\%)^2}$$

$$n = \frac{24.331}{1 + 24.331 (0,0025)}$$

$$n = \frac{24.331}{1 + 60,83}$$

$$n = \frac{24.331}{61,83} = 394 \text{ Muestra}$$

n= Tamaño de la muestra
N= Población en estudio → **24.331**
e2= Margen de error → **5%**

El número de encuestas que se aplicara para determinar la demanda del producto será de **394** encuestas.

Además para poder determinar la cantidad de negocios que ofertan helados en la ciudad se aplicó una corta entrevista en sitios de expendio de helados como, heladerías, tiendas, hosterías en la ciudad de catamayo, para ello se tomó en consideración la base de datos de la cámara de comercio de catamayo donde se obtuvo el numero de 10 que están registrados en este organismo.

Procedimiento

Y es así que con la ayuda de estos métodos y técnicas se lograra comprender y aplicar el contenido técnico para la elaboración del siguiente proyecto de inversión; así mismo dará la pauta para manejar los datos que puede observar, recolectar y se aplicara en las diversas fases del proyecto, lo que me permitirá analizar las distintas opiniones y el comportamiento de los consumidores y el mercado. Utilizaremos estos datos para la realización del estudio de mercado para conocer la oferta y la demanda del producto,

seguidamente el estudio técnico mediante ello conoceremos la capacidad instalada, utilizada de producción, localización de la planta y en si la ingeniería del proyecto y no descartar lo importante el estudio legal y administrativo en ello tenemos la organización jurídica, organigramas, visión, misión, valores de la empresa y los manuales de funciones, en cuanto se realizara el estudio de económico para conocer la inversión los activos fijos, diferidos y capital de trabajo los presupuestos costos y en si la evaluación financiera que se aplicara el flujo de caja, valor actual neto, relación beneficio costo, periodo de recuperación del capital, Tasa interna de retorno, análisis de sensibilidad en la cual nos ayudara a medir la rentabilidad de la futura empresa. Finalizando con las conclusiones, recomendaciones, anexos y índice.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
CARTA DE AUTORIZACION	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
a. TÍTULO	1
b. RESUMEN	2
SUMMARY	5
c. INTRODUCCIÓN	7
d. REVISIÓN DE LITERATURA	10
e. MATERIALES Y MÉTODOS	48
f. RESULTADOS	54
g. DISCUSIÓN	81
h. CONCLUSIONES	177
i. RECOMENDACIONES	179
j. BIBLIOGRAFÍA	180
k. ANEXOS	184
ÍNDICE	219