



# **UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

## **MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**

### **V. CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



#### **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE SOPAS INSTANTÁNEAS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE LOJA”**

*Tesis previa a la obtención del  
Título de Ingenieros Comerciales.*

#### **DIRECTORA:**

*Ing. Com. ENITH PAULINA GAONA*

#### **AUTORES:**

*Srta. Jakeline Marisol Gallo Chiriboga*

*Sr. Patricio Ramiro Zúñiga Veintimilla*

**LOJA - ECUADOR**

**2010**

*Ing. Com. Enith Paulina Gaona, DOCENTE DE LA MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.*

**CERTIFICA:**

*Que, el presente trabajo de investigación, previo a la obtención del título de **INGENIEROS COMERCIALES**, ha sido dirigido y revisado durante su ejecución por lo cual autorizo su presentación.*

*Loja, 30 julio de 2010*

*Atentamente,*

*Ing. Enith Paulina Gaona.*

**DIRECTORA DE TESIS**

## ***AUTORÍA***

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

*Srta. Jakeline Marisol Gallo Chiriboga*

*Sr. Patricio Ramiro Zuñiga Veintimilla*

## **AGRADECIMIENTO**

*Uno de los esfuerzos más importantes de nuestra vida constituye los estudios superiores hasta la profesionalización, por ello expresamos nuestros más sinceros testimonios de gratitud, a la Universidad Nacional de Loja por habernos permitido superarnos, a los Directivos de la Modalidad de Estudios a Distancia, al personal docente de la Carrera de Administración de Empresas y de manera especial a la Ing. Enith Gahona en su calidad de DIRECTORA del presente trabajo de investigación, por brindarnos sus valiosos conocimientos.*

**Los Autores**

## **DEDICATORIA**

*A Dios por darme la fuerza y voluntad de culminar con éxito mi carrera profesional, a mis padres que siempre han sido mi apoyo para seguir adelante, son la razón de mi superación y a todos quienes de una u otra manera vivenciaron mi esfuerzo.*

*A mis padres quienes me inculcaron día a día el espíritu de superación y trabajo.  
A las personas que más amo, mi esposa, a mis hijos que han sido el principal incentivo para seguir adelante.*

**PATRICIO RAMIRO**

**1. TITULO:**

*“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA PRODUCTORA DE SOPAS INSTANTÁNEAS Y SU  
COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE LOJA”*

## **2. RESUMEN**

### **2.1. ESPAÑOL**

*La implementación de una empresa de producción y comercialización de sopas instantáneas en embases de 120 gramos se localizará en la cabecera cantonal del cantón Loja. Tiene como objetivo brindar un producto nuevo en el mercado que satisfaga los gustos y preferencias de los futuros consumidores.*

*La demanda insatisfecha de este producto muestra que es viable la implementación de este tipo de empresa, con una capacidad instalada para producir 104.000 unidades de sopas instantáneas, utilizándose una capacidad en el primer año de funcionamiento del 80%, en el segundo año el 85%, el tercer año el 90% y a partir del cuarto año el 95% de la capacidad instalada.*

*Se conformará una empresa de responsabilidad limitada, que tendrá dos socios, los cuales financiarán un total de \$ 37.040,28 y la solicitud de un crédito por una cantidad de \$ 20.000,00.*

*Según el análisis financiero efectuado se concluye que el proyecto es factible de ejecutárselo, debido a la demanda existente y a un margen de utilidad razonable, se obtendrá una segura rentabilidad para los*

*inversionistas, a más de la viabilidad jurídica que permite la conformación de estas empresas, garantizando su posicionamiento en el mercado.*

*Las conclusiones y recomendaciones a las que se llegó luego de concluida la investigación se presentan en el numeral respectivo.*

## **2.2. INGLÉS**

*The implementation of a production company and commercialization of instantaneous soups in embases of 120 grams will be located in the cantonal head of the canton Loja. He/she has as objective to offer a new product in the market that satisfies the likes and the future consumers' preferences.*

*The unsatisfied demand of this product shows that it is viable the implementation of this company type, with a capacity installed to produce 104.000 units of instantaneous soups, being used a capacity in the first year of operation of 80%, in the second year 85%, the third year 90% and starting from the fourth year 95% of the installed capacity.*

*He/she will conform to a company of limited responsibility that will have two partners, which financed a total of \$37.040,28 and the application of a credit for a quantity of \$20.000,00.*

*According to the made financial analysis you concludes that the project is feasible of being executed it, due to the existent demand and to a margin of reasonable utility, a sure profitability will be obtained for the investors, to more than the artificial viability that allows the conformation of these companies, guaranteeing its positioning in the market.*

*The conclusions and recommendations to those that you arrived after having concluded the investigation are presented in the numeral one respective.*

### **3. INTRODUCCIÓN**

*La investigación para el presente proyecto de inversión se realiza en atención a la realidad del contexto empresarial y de las necesidades de la población, el mismo que se desarrolló en la provincia de Loja, cumpliendo con los requerimientos académicos de la Universidad Nacional de Loja. Su importancia radica en que el estudio de proyectos de inversión previo a su implementación, asegura el éxito o fracaso de los emprendimientos.*

*Para este objetivo, inicialmente se identificó la idea de negocio, aprovechando la oportunidad del entorno industrial, específicamente en el sector de alimenticio, que debidamente analizado, orientó al grupo de trabajo a presentar el tema del proyecto titulado Proyecto de Factibilidad para la creación de una empresa Productora y Comercializadora de Sopas Instantáneas para la provincia de Loja.*

*Primeramente se presenta el resultado del Estudio de Mercado, que luego de la investigación de campo determina la demanda insatisfecha de 468.242 unidades de sopas instantáneas de 120 gr., para el primer año. Así mismo, se estableció que la oferta existente ofrece el producto con costos elevados.*

*El Estudio Técnico define la capacidad instalada con la cual la empresa cubrirá la Demanda Insatisfecha que será del 22.21% para el*

*año 1, con un incremento del 5%, hasta finalizar el ciclo de vida de la empresa.*

*Con la ayuda de mapas geográficos y urbanísticos, se identifica la localización de la planta productiva que estará ubicada en las calles: Av. Los Danzantes en el Parque Industrial, la Ingeniería del Proyecto contempla su distribución a través de los planos de remodelación. Por otro lado el diseño y elaboración del producto observa las normas de calidad INEN y las que corresponden a bioseguridad, procesos que se demuestran a través de un flujograma.*

*En cuanto al Estudio Administrativo, la organización legal de la empresa será de Responsabilidad Limitada, ya que sus características se adaptan a las condiciones de la empresa. Para el mejor desenvolvimiento de las actividades se ha elaborado el Organigrama Funcional y Estructural, así como el Manual de Funciones.*

*El Estudio Financiero presenta la inversión y financiamiento y los indicadores de Evaluación Financiera que determinan la viabilidad del proyecto.*

## 4. REVISIÓN DE LITERATURA

### 4.1. SOPAS INSTANTÁNEAS



*“La sopa instantánea es un preparado industrial que ofrece las sopas y los cocidos en envases cuyo contenido está deshidratado. Las sopas instantáneas se encuentran entre los platos preparados más antiguos. Son de fácil preparación ya que su tiempo máximo de cocción es de apenas 10 minutos, si bien en algunas de ellas sólo basta con agregar agua hirviendo a una masa de fideos pre cocidos a la cual se le incorpora el caldo deshidratado.”<sup>1</sup>*

*Vienen en presentaciones de pollo con fideos, carne con fideos, pollo con arroz, camarones con fideos, etc.*

<sup>1</sup>. [www.google.com](http://www.google.com), recetas para empresarios

#### **4.1.1. HISTORIA**

*Los desarrollos más antiguos de este tipo de sopa se remontan al siglo XIX en el que se empezaron a experimentar los extractos de carne mediante las investigaciones de Justus Liebig, de esta forma se empezó con el empresario Julius Maggi fundador de la empresa que lleva su nombre Maggi, al mismo tiempo que se desarrollaba la Erbswurst (sopa de guisantes instantánea). Las investigaciones relativas a estas sopas se centraban en la posibilidad de conservar durante periodos largos de tiempo algunos alimentos para que fueran fácilmente preparados en tiempos de guerra.*

#### **4.2. EMPRESAS**

*Es una unidad económica autónoma organizada donde se combina una serie de factores tanto económicos como humanos con la finalidad de producir bienes o servicios para posibles consumidores potenciales y satisfacer sus diferentes necesidades.<sup>2</sup>*

##### **4.2.1. CLASES DE EMPRESAS.**

*Existen varias clases de empresas, las mismas que se diferencian de acuerdo a su función específica, a si tenemos:*

<sup>2</sup> BACA URBINA, Gabriel., **Evaluación de Proyectos**., 3ra. Edic., 2000.

- *Según su forma de organización económica*
- *Según su régimen jurídico*
- *Según su función económica*
- *Según su campo de actividad territorial.*

### **4.3. ADMINISTRACIÓN:**

*Es la forma correcta de planificar, organizar dirigir, una determinada empresa.*

### **4.4. ESTUDIO DE MERCADO**

*Es aquel que nos permite conocer adecuadamente cual es la situación de comportamiento de los aspectos de oferta y demanda del producto relacionado con el proyecto. En este estudio se da importancia a los aspectos como precio, comercialización y publicidad del producto a efectos de que la decisión de inversión sea la más adecuada para los intereses del inversionista.<sup>3</sup>*

#### **4.4.1. MERCADO**

*Eje alrededor del cual giran las fuerzas que conducen al cambio, o campo en el cual operan fuerzas para modificar el título de un artículo determinado desde y hacia el cual las mercancías tienden a moverse.*

<sup>3</sup> ACOSTA, Alberto., Curso Básico de Administración de Empresas, Mercadeo., Edit. Norma S.A., 1991.

#### **4.4.1.1. DEMANDA**

*Es la cantidad de bienes y servicios que el o los consumidores están dispuestos a adquirir en el mercado a un precio determinado en un período de tiempo limitado. Por lo tanto, la demanda depende de varios puntos como son:*

- *El precio del producto*
- *La calidad del servicio (esta dada por la atención al cliente)*

#### **4.4.1.2. OFERTA**

*Son todos los bienes y servicios que el productor está en condiciones de poner en el mercado a un precio determinado en un tiempo limitado con la finalidad de satisfacer sus necesidades.*<sup>4</sup>

*Según la teoría económica la oferta depende o está en función de ciertas variables como:*

- *Costo de capital*
- *Costo del servicio total*
- *Nivel de competencia.*

<sup>4</sup> BELL, Martín L., **Mercadotecnia, Conceptos y Estrategias**, Edit. Continental S.A., México., 2001.

#### **4.4.2. PRODUCTO**

*Es la transformación de la materia prima en la cual el consumidor lo identifica y acepta como algo que ayuda a satisfacer sus necesidades.*

#### **4.4.3. PRECIO**

*Es el valor mercantil que se le da a un bien o servicio.*

#### **4.4.4. PLAZA**

*Es el lugar o espacio físico donde se reúnen tanto oferentes como demandantes con la finalidad de realizar actividades mercantiles.*

#### **4.4.5. PROMOCIÓN**

*“Conjunto de actividades que están encaminadas a colocar y dar a conocer las cualidades y bondades de un bien o servicio en el mercado”.*

#### **4.5. ESTUDIO TÉCNICO**

*Definición.- Determina los requerimientos empresariales en función de tamaño y localización de la planta, descripción técnica y descripción de*

procesos, la capacidad de las máquinas (capacidad instalada) y la cantidad de recurso humano.<sup>5</sup>

#### **4.5.1. TAMAÑO DE LA PLANTA**

*Tamaño.- Considera su capacidad de producción durante un período de tiempo de funcionamiento que se considera normal.*

##### **4.5.1.1. LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA**

*Localización.- Para la elección de la localización adecuada se debe tomar en cuenta:*

- a) *La suma de los costos de transporte de insumos y productos.*
- b) *La disponibilidad y costos relativos de los recursos.*
- c) *Clima, facilidades administrativas, disposición de aguas residuales, olores y ruidos molestos, etc.*

##### **4.5.1.2. INGENIERÍA DEL PROYECTO**

*El estudio de la Ingeniería del Proyecto tiene como objeto, determinar el proceso de producción óptimo que permita la localización efectiva y eficaz de los recursos disponibles para la producción.*

<sup>5</sup> BELL, Martín L., **Mercadotecnia, Conceptos y Estrategias**, Edit. Continental S.A., México., 2001.

*En el estudio de ingeniería se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:*

*1. Estudio del producto*

- *Presentación, embalaje, normas de calidad*
- *Características, usos.*

*2. Estudio del proceso*

- *Selección del proceso*
- *Descripción del proceso*
- *Disponibilidad de tecnología*

*3. Estudio de los insumos*

- *Materias primas principales*
- *Materiales indirectos*
- *Mano de obra*

*4. Estudio de las instalaciones*

- *Materia y equipo*
- *Distribución de planta y edificio*
- *Instalaciones principales y auxiliares*
- *Montaje y cronograma.*

#### **4.6. ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

*Da a conocer como se encuentra conformada la empresa en su área administrativa y los niveles jerárquicos que representan en la organización, además describe el papel que desempeña cada uno, como también se conoce el tipo de sociedad o compañía.*<sup>6</sup>

#### **ORGANIZACIÓN LEGAL**

*Se refiere a la parte jurídica de la compañía que puede ser Sociedad Anónima, Limitada, Mixta, Comandita Simple y Comandita por Acciones.*

#### **ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA**

*La organización se refiere al establecimiento preciso de los centros de autoridad y rangos correspondientes de responsabilidad.*

##### *Niveles Administrativos*

- 1) Nivel Legislativo – Directivo*
- 2) Nivel Ejecutivo*
- 3) Nivel Asesor*
- 4) Nivel Operativo*
- 5) Nivel Auxiliar o de Apoyo*

<sup>6</sup> VASQUEZ, Victor Hugo., **Organización Aplicada**, 1era. Ed., Quito-Ecuador., 1985.

### **Manual de funciones**

*El manual de funciones constituye una fuente de información que revela las tareas, obligaciones y deberes que deben desarrollar y cumplir los diferentes puestos que integran la empresa, encaminados a la consecución de los objetivos planteados por la organización.*

### **Organigramas**

*Un organigrama es la gráfica que muestra la estructura orgánica interna de la organización formal de una empresa.*

*Existen tres tipos de organigramas, estructural, funcional y posicional.*

## **4.7. ESTUDIO FINANCIERO**

*Este estudio trata sobre el análisis o determinación del capital necesario para la implementación de una nueva empresa, así como la fuente de financiamiento de la misma. También se encarga de realizar las proyecciones más adecuadas para lo que significan los ingresos y gastos en los que incurrirá la empresa durante el tiempo de vida del proyecto en su fase operativa.<sup>7</sup>*

<sup>7</sup> GAMBOA VELASQUEZ, Ramiro., Curso Básico de Administración de Empresas (Finanzas)., Edit. Norma S.A., Vol. 4., 1991.

#### **4.7.1. COSTOS**

*Son valores monetarios en los que incurre la empresa para la producción de un bien y prestación de un servicio. Es decir, es el desembolso en moneda o su equivalente necesario para conseguir el volumen de producción deseado, la utilidad, ventas y objetivos propuestos .*

#### **4.7.2. CLASIFICACIÓN DE COSTOS**

*En todo proceso productivo los costos en que se incurre no son de la misma magnitud e incidencia en la capacidad de producción. Por lo cual, se hace necesario clasificarlos en costos fijos y costos variables.*

#### **4.7.3. COSTOS FIJOS.**

*Son aquellos valores monetarios en los que incurre la empresa por el solo hecho de existir, independientemente de que exista o no producción, es decir, no varían con el cambio en el nivel de actividad.*

#### **4.7.4. COSTOS VARIABLES**

*Son aquellos valores que se dan en las empresas en función de su capacidad de producción. Por tanto, están en relación directa con los niveles de producción de la misma.*

#### **4.7.5. PRESUPUESTO**

*Es un instrumento contable esencial que nos permite estimar los ingresos y egresos a fin de tener cierta información básica que permita tomar las decisiones más adecuadas.<sup>8</sup>*

<sup>8</sup>. GAMBOA VELASQUEZ, Ramiro., Curso Básico de Administración de Empresas (Finanzas)., Edit. Norma S.A.. Vol. 4.. 1991.

#### **4.7.6. FLUJO DE CAJA**

*Son las previsiones realizadas en torno al movimiento de ingresos y egresos que permite medir el verdadero potencial económico de la empresa, en otras palabras, los flujos de caja influyen o inciden directamente en la capacidad de la empresa para pagar deudas o comprar activos. Para su cálculo no se incluyen los egresos, las depreciaciones ni las amortizaciones.*

#### **4.7.7. PUNTO DE EQUILIBRIO**

*Es el volumen de producción con el cual el ingreso total compensa exactamente los costos totales, que son la suma de los costos fijos más los variables; es decir, es aquella cifra que la empresa debe vender para no perder ni ganar.*

#### **4.7.8. VALOR ACTUAL NETO**

*Consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. El VAN, representa en valores actuales el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto.*

#### **4.7.9. TASA INTERNA DE RETORNO (T.I.R.)**

*Es un indicador que expresa en forma porcentual la capacidad de ganancia de un proyecto de inversión. Constituye la tasa de interés a la*

*cual debemos descontar los flujos de efectivo generados por el proyecto a través de su vida económica para que estos se igualen con la inversión.*

#### **4.7.10. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL**

*Es un indicador económico en el cual nos permite conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial. Para su cálculo se utiliza el flujo neto y la inversión.*

#### **4.7.11. RELACIÓN BENEFICIO / COSTO**

*Se lo conoce también como índice de rentabilidad, ya que permite medir el rendimiento que se obtiene por cada unidad monetaria invertida. Permite decidir si el proyecto se acepta o no de acuerdo al siguiente criterio:*

*Si la relación es = 1 el proyecto es indiferente*

*Si la relación es > 1 el proyecto es rentable*

*Si la relación es < 1 el proyecto no es rentable*

#### **4.7.12. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD**

*La vulnerabilidad de los proyectos de inversión frente a las alteraciones en las tasas de interés obliga a los analistas a considerar el riesgo como un factor más en el cálculo de la eficiencia, este análisis se lo realiza a través de un incremento en los costos y un decremento en los ingresos.*

## 5. METODOLOGÍA UTILIZADA

**Método Científico.-** Conjunto de procedimientos por los cuales se plantea los problemas científicos y se ponen a prueba los instrumentos de trabajo investigativo que nos permitió formular el problema, delimitarlo y especificarlo a fin de darle un tratamiento adecuado.

**Método Analítico Sintético.-** Mediante este método pudimos comprobar y analizar conceptos y teorías recopiladas de los libros, folletos, internet, etc. Estos nos ayudaron a conocer a fondo el tema de estudio.

**Método Inductivo – Deductivo.-** El cual consiste en el estudio de hechos particulares para llegar a generalidades y viceversa, lo que nos permitió realizar una investigación apegada a la realidad empresarial de la Provincia de Loja.

**Método Histórico.-** Es la información recopilada la cual indaga los objetos, sucesos y acontecimientos en un proceso de nacimiento, desarrollo y muerte en relación con las condiciones históricas, concretas que se ha generado durante el transcurso del tiempo, el cual nos sirvió para adquirir información teórica de la aplicación de las técnicas de gestión empresarial y de la importancia para el desarrollo empresarial.

**Método de Recolección de Datos.-** Para el análisis del estudio de mercado, se utilizó la información obtenida de las encuestas a las familias

(potenciales consumidores) y de las encuestas que realizamos a los proveedores de la Provincia de Loja.

### **Técnicas de Campo**

**Técnicas para la Recolección de Información.-** Se diseñaron dos cuestionarios, uno para las familias de la Provincia de Loja, otro para los comerciantes de los productos sustitutos.

### **Fuentes de Información:**

**Observación.-** Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis. La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella nos apoyamos para tener una mayor información de que en la Provincia de Loja no existen empresas productoras de sopas instantáneas.

**Encuesta.-** Registro de información necesaria estableciendo un contacto con una cantidad seleccionada de una muestra la cual fue ejecutada con toda la precisión posible.

Para el estudio de mercado se aplicaron encuestas a las familias de la Provincia de Loja, que constituyen para el año 2009 un total de población de 105.329 familias, con un índice de crecimiento del 0.50%, lo cual es la población considerada para la realización del proyecto, estas constituyen una fuente primaria.

**Entrevista.-** Permite el contacto interpersonal, tiene por objeto el acopio de información primaria o testimonios orales para lo cual se requiere de la construcción de cuestionarios.

### **Técnicas de Recolección Bibliográfica**

**Fichas Bibliográficas.-** Es una ficha pequeña, destinada a anotar meramente los datos de un libro o artículo.

Estas fichas se hacen para todos los libros o artículos que eventualmente pueden ser útiles a nuestra investigación, no solo para lo que se han encontrado físicamente o leído. En ellas registramos las fuentes encontradas, por ejemplo, en el catálogo de una biblioteca, en una bibliografía, en índices de publicaciones, etc.

**Formula:**  $D_f = D_b(1+i)^n$

$D_f$ = Demanda futura

$D_b$ = Demanda actual

$i$ = tasa de crecimiento

$n$ = Numero de años

$$= 404835(1+0.005)^8$$

$$= \frac{421315}{4}$$

$$= 105329$$

$$= 105329 \text{ familias de la provincia de Loja}$$

## TAMAÑO DE LA MUESTRA

### *Tamaño de la muestra para las familias de la Provincia de Loja*

Para el cálculo del tamaño de la muestra utilizamos la siguiente fórmula:

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

$n$  = Muestra

$N$  = Población de estudio

$e$  = margen de error

Esta fórmula al ser aplicada proporcionó como resultado:

$$n = \frac{105329}{1 + 105329(0.05)^2}$$

$$n = \frac{105329}{264,3225}$$

$$n = 398,48$$

$$n = 398,48$$

$$n = 399 \text{ total de encuestas aplicar}$$

En cuanto a la fórmula aplicada se obtuvo como resultado que debemos aplicar 399 encuestas a las familias de los cantones de la Provincia de Loja.

**DISTRIBUCIÓN MUESTRAL POR FAMILIAS****CUADRO Nº 1**

<b>Nº</b>	<b>CANTONES</b>	<b>TOTAL DE LA POBLACIÓN</b>	<b>FAMILIAS</b>	<b>PORCENTAJE %</b>	<b>NUMERO DE ENCUESTAS</b>
1	Loja	186,523.00	46.631	44,27	177
2	Calvas	28,566.00	7.142	6,78	27
3	Catamayo	27,919.00	6.980	6,63	26
4	Célica	13,308.00	3.327	3,16	13
5	Chaguarpamb	7,459.00	1.865	1,77	7
6	a	16,726.00	4.182	3,97	16
7	Espínola	15,052.00	3.763	3,57	14
8	Gonzanamá	18,654.00	4.664	4,43	18
9	Macará	25,459.00	6.365	6,04	24
10	Paltas	15,607.00	3.902	3,70	15
11	Puyango	29,022.00	7.256	6,89	28
12	Saraguro	7,562.00	1.891	1,80	7
13	Sozoranga	10,618.00	2.655	2,52	10
14	Zapotillo	7,824.00	1.956	1,86	7
15	Pindal	4,903.00	1.226	1,16	5
16	Quilanga	6,113.00	1.528	1,45	5
	Olmedo				
	<b>TOTAL</b>	<b>421.315,00</b>	<b>105.329</b>	<b>100</b>	<b>399</b>

*Fuente:* Proyección de la población de la Provincia de Loja del 2009. T.C.A =0.46% =0.5%

*Elaboración:* Los Autores

En este cuadro se muestra la distribución de la Provincia de Loja en la cual dividimos el total de la población para 4 que es el número de miembros que conforman las familias, luego de obtener el porcentaje determinamos las encuestas a aplicar en los distintos cantones de la Provincia.

## CALCULO DEL TAMAÑO DE MUESTRA PARA DETERMINAR LA OFERTA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

Para aplicar la muestra a los comerciantes, hemos obtenido el número de establecimientos existentes en la Provincia de Loja del año 2009.

Bodegas de la Provincia: 1,175. Dato obtenido de la Cámara de Comercio de Loja.

**Fórmula:**

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

$$n = \frac{1,175}{1 + 0.05^2 (1,175)}$$

$$n = \frac{1,175}{3,9375}$$

**En donde:**

Simbología

n= tamaño de la muestra

N= población

e<sup>2</sup>= error estándar

l= desviación

*n = 298 Entrevistas a aplicar*

En cuanto a la fórmula aplicada se obtuvo como resultado que debemos aplicar 298 entrevistas a los comerciantes de la Provincia de Loja.

## **6. DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

### **6.1. ESTUDIO DE MERCADO**

*El estudio de mercado es una de las partes más importantes en la elaboración de un proyecto, debido a que proporciona la información de aspectos relativos al mercado actual o potencial de un producto, tendencia, consumidos, distribución, etc.*

*Este estudio puede variar de un proyecto a otro dependiendo del producto en base al cual se lo va a realizar, pero siempre debe proporcionar información respecto a la demanda y a la oferta del bien, su precio, los canales de comercialización que pueden utilizarse y de ser necesarios otros aspectos que el elaborador del proyecto determine importantes para presentar una idea clara de las posibilidades de éxito. El estudio del mercado ayudará a:*

- *Determinar la cantidad de sopas instantáneas que los clientes estarían dispuestos a adquirir.*
- *Establecer los gustos y preferencias de los consumidores sobre la presentación de las sopas instantáneas que desea adquirir.*
- *Conocer cuáles son los medios más óptimos para hacer llegar nuestro producto a los clientes.*

- *Determinar el precio adecuado para que nuestro producto compita en las condiciones más favorables en el mercado de la Provincia de Loja.*
- *Conocer a nuestra competencia.*
- *Establecer la estrategia de mercado más adecuada que permita que nuestro producto llegue al cliente sin aumento de costos innecesarios.*

#### **6.1.1. DETERMINACIÓN DEL SEGMENTO**

- *La segmentación de Mercado es crear un mercado objetivo con el fin de identificar grupos de consumidores que tiene características comunes con respecto a la satisfacción de necesidades específicas.*
- *Nuestro estudio determina como segmento a las familias que viven en la Provincia de Loja.*
- *Los datos de la población son tomados de la proyección para el 2009 realizado por el INEC, en base a los resultados del último Censo Nacional del 2001, siendo el total de la población de la Provincia de Loja en estudio 404835, como la base de nuestro estudio son las familias, se ha calculado el número de las mismas, considerando que cada familia según el INEC está compuesta para el año 2009 de 4 miembros, lo que representa para el año 2009 de 421.315 es decir 105.329 familias.*

## TABULACIÓN E INTERPRETACION DE DATOS

### 1. ¿En cuál de los siguientes rangos está su ingreso mensual?

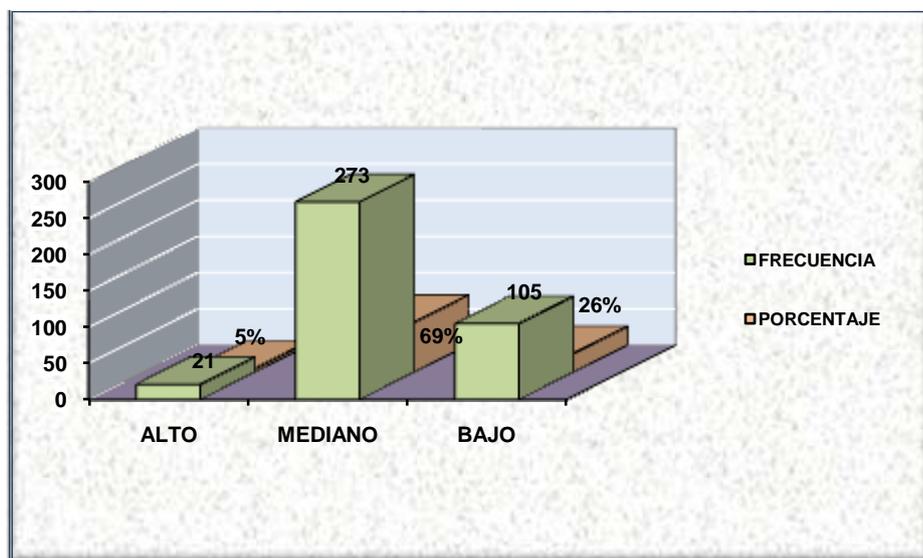
**CUADRO N° 2**

<b>INGRESOS MENSUALES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE %</b>
<i>Alto: Más de \$1.000,00</i>	21	5
<i>Mediano: De \$500 a \$999,00</i>	273	69
<i>Bajo: Menos de \$500,00</i>	105	26
<i>No contesta</i>	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Investigación de campo

*Elaboración:* Los Autores

**GRÁFICO N° 1**



### **INTERPRETACIÓN**

*Del total de encuestados el 69% se encuentra en el rango de ingresos medianos que comprende entre (\$500,00-\$999,00); el 26% en el rango de ingresos bajo menos de (\$500,00); finalmente un inferior porcentaje que equivale al 5% que se ubica en un rango de ingresos alto (más de \$1000,00).*

*Lo que determina que en la provincia de Loja, la mayoría de familias cuentan con una fuente de ingresos que están entre (\$500,00-\$999,00).*

## 2. ¿Consume en su dieta alimenticia sopas?

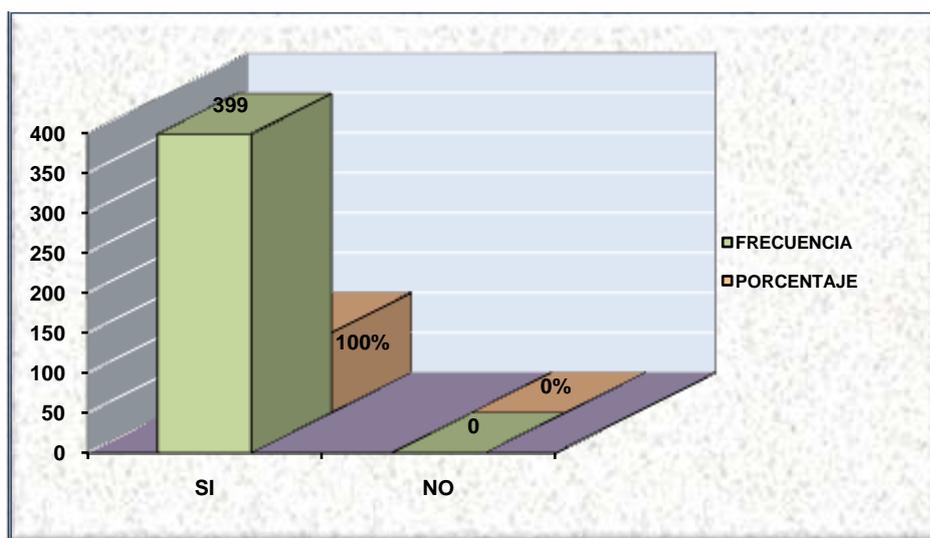
**CUADRO N° 3**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	399	100
NO	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Investigación de campo

*Elaboración:* Los Autores

**GRÁFICO N° 2**



### INTERPRETACIÓN

*Del total de encuestados el 100% manifiesta consumir sopas en su dieta alimenticia.*

*Lo que determina que en la provincia de Loja, todas las familias son consideradas un mercado potencial para la comercialización sopas.*

### 3. ¿Compra usted sopas instantáneas para el consumo?

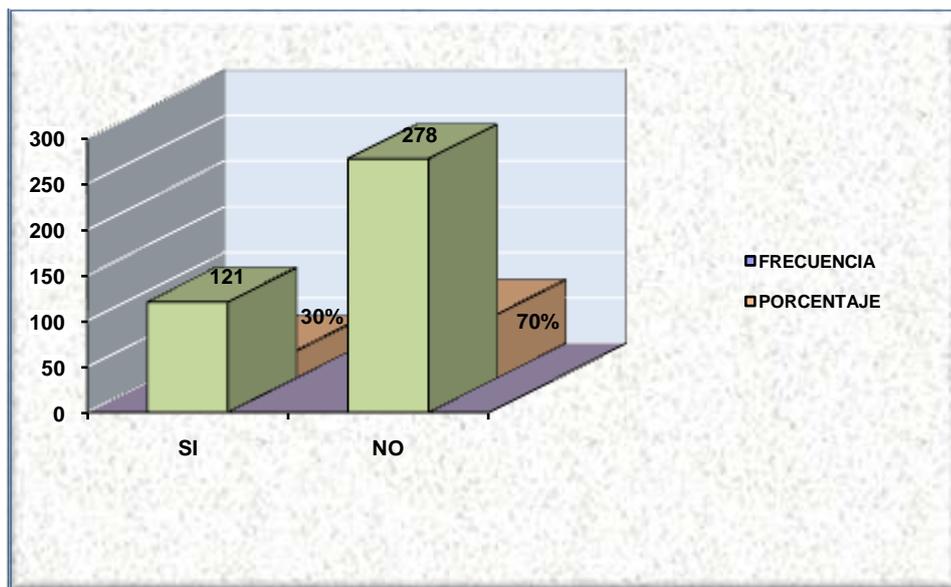
**CUADRO N° 4**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	121	30
NO	278	70
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Los Autores

**GRÁFICO N° 3**



### INTERPRETACIÓN

El 30% del total de encuestados manifiestan que si consumen sopas instantáneas en su dieta, en tanto que el 70% indica que no consumen sopas instantáneas. Este resultado nos da la clara idea de una gran oportunidad de negocio en la producción y comercialización de sopas instantáneas.

4. ¿Cuál de las siguientes marcas de sopas instantáneas son de su preferencia, señale?

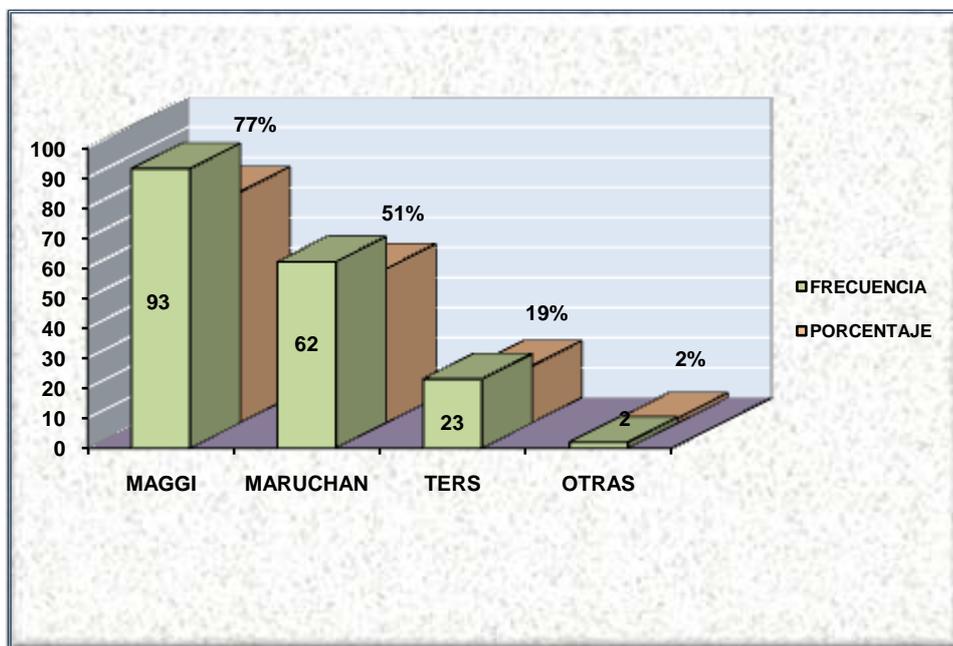
**CUADRO N° 5**

MARCAS DE SOPAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Maggi	93	77
Maruchan	62	51
Ters	23	19
Otros	2	2

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Los Autores

**GRÁFICO N° 4**



## **INTERPRETACIÓN**

*Del total de personas que contestaron que si consumían sopas instantáneas en sus hogares (121 personas), el 77% prefiere sopas instantáneas de la marca Maggi, seguida de maruchan con un 51% y Ters con un porcentaje del 19%. Concluimos que para producir y comercializar sopas instantáneas se deberá tomar en cuenta alguna de las características de la sopa Maggi con la finalidad de que sean superadas y contar con mayor aceptación en el mercado.*

### 5. ¿Dónde adquiere regularmente la sopa instantánea?

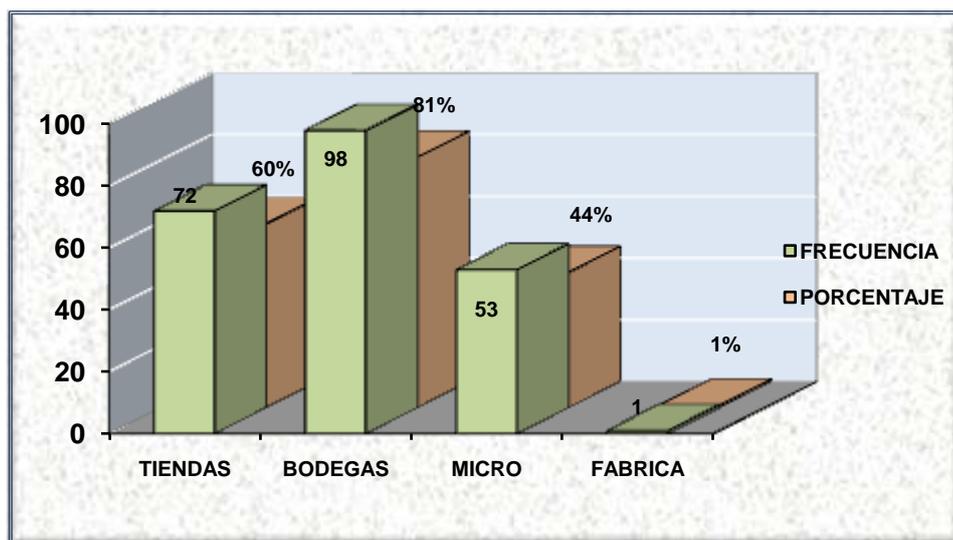
**CUADRO N° 6**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE %</b>
<i>Tiendas</i>	72	60
<i>Bodegas</i>	98	81
<i>Micro mercados</i>	53	44
<i>Directamente de la fábrica</i>	1	1

*Fuente:* Investigación de campo

*Elaboración:* Los Autores

**GRÁFICO N° 5**



### **INTERPRETACIÓN**

*Del total de los encuestados el 81 % adquieren las sopas instantáneas en bodegas, seguido de tiendas con un 60% y micromercados el 44%.*

*De estos resultados concluimos que el canal de distribución más preferido por los consumidores de sopas instantáneas es a través de las bodegas y tiendas.*

## 6. ¿Con qué frecuencia consume usted sopas instantáneas?

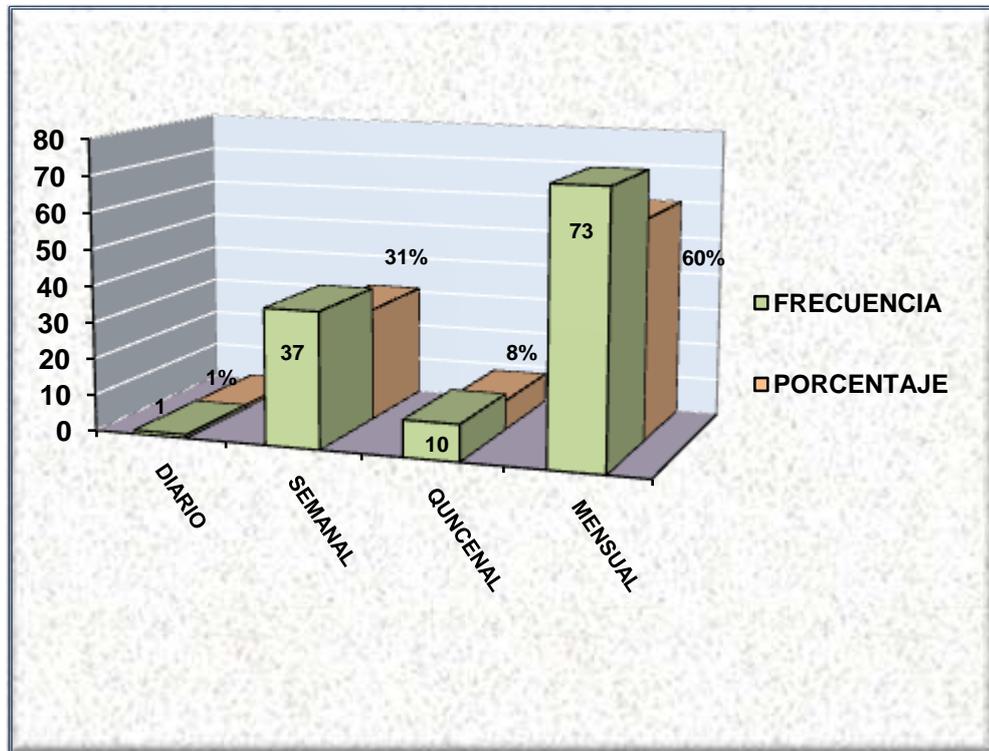
CUADRO Nº 7

VARIABLE	FREC.	PORCENTAJE %	FACTOR	TOTAL ANUAL unid. 120 gr
<b>DIARIO</b>				
1 unidad	1		365 días	365
2 unidades	0		365 días	0
<b>Subtotal</b>	<b>1</b>	<b>1</b>		<b>365</b>
<b>SEMANAL</b>				
1 unidad	31		52 sem.	1.612
2 unidades	4		52 sem.	416
3 unidades	2		52 sem.	312
4 unidades	0		52 sem.	0
<b>Subtotal</b>	<b>37</b>	<b>31</b>		<b>2.340</b>
<b>QUINCENAL</b>				
1 unidad	1		24 quinc.	24
2 unidades	7		24 quinc.	336
3 unidades	2		24 quinc.	144
<b>Subtotal</b>	<b>10</b>	<b>8</b>		<b>505</b>
<b>MENSUAL</b>				
1 unidad	61		12 meses	732
2 unidades	6		12 meses	144
3 unidades	5		12 meses	180
4 unidades	1		12 meses	480
5 unidades	0		12 meses	0
<b>Subtotal</b>	<b>73</b>	<b>60</b>		<b>1.536</b>
<b>TOTAL</b>	<b>121</b>	<b>100 %</b>		<b>4.746</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Los Autores

GRÁFICO N° 6



### INTERPRETACIÓN

*Del total de familias encuestadas el 1% manifiesta que consume sopas instantáneas diariamente, en tanto que el 31% lo hace en forma semanal, mientras que el 8% señala que el consumo es quincenal, y en su mayoría que representa el 60% lo consume mensualmente.*

*En conclusión se obtuvo un consumo anual equivalente 4.746 unidades de 120 gramos.*

7. ¿Cuánto paga usted por una unidad de 120 gr. de sopas instantáneas?

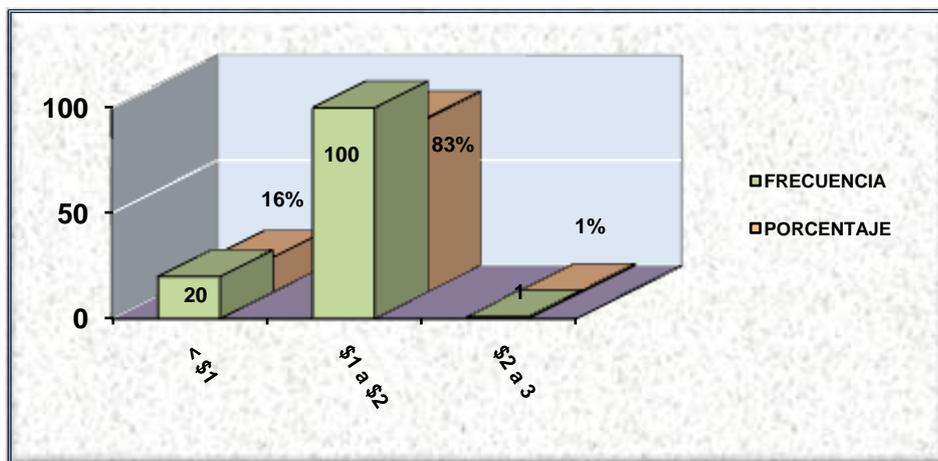
**CUADRO N° 8**

NIVELES DE PRECIO	SOPAS	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Menos de \$ 1	20	16
\$1,01 a \$ 2	100	83
\$2,01 a \$ 3	1	1
Más de \$ 3	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>121</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Los Autores

**GRÁFICO N° 7**



### INTERPRETACIÓN

De los datos obtenidos deducimos que el costo de la sopa instantánea de más relevancia esta en el rango de \$1 a \$2 dólares con un porcentaje de 83%. Concluimos que en el mercado no se puede podría ofertar sopas instantáneas a un precio de venta que supere a los 2 dólares.

8. ¿Al momento de realizar la compra, cuál de las siguientes características son de mayor relevancia para usted?

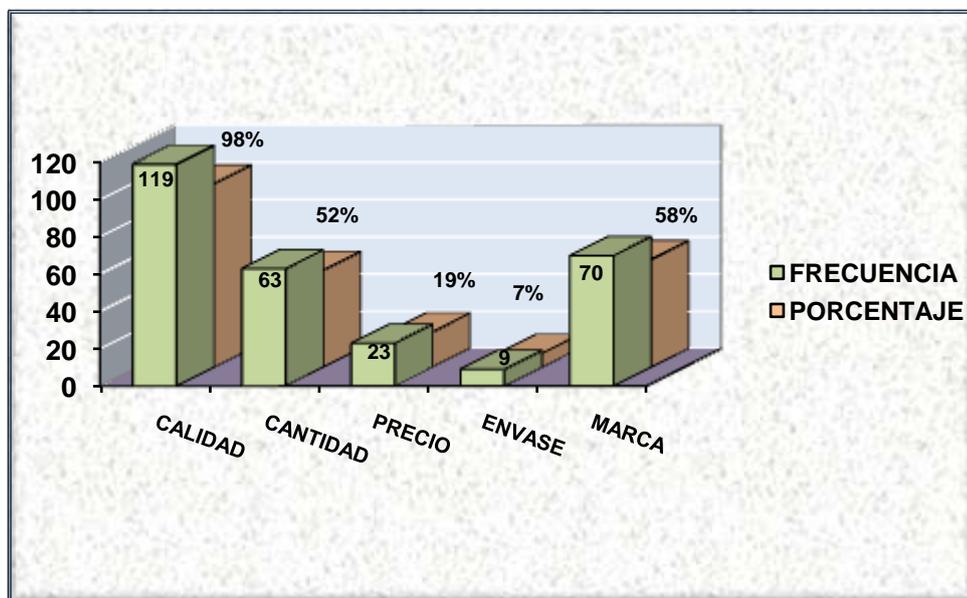
CUADRO N° 9

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Calidad	119	98
Cantidad	63	52
Precio	23	19
Envase	9	7
Marca	70	58

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Los Autores

GRÁFICO N° 8



## **INTERPRETACIÓN**

*Dentro de las características que toman en cuenta los encuestados al momento de adquirir el producto es: el 98% la calidad, el 58% evalúa la marca; el 52% considera la cantidad, el 19% el precio y en menor porcentaje el envase.*

*Concluimos que es importante la calidad del producto para ser aceptado por los consumidores.*

**9. ¿Conoce usted la existencia de una empresa productora de sopas instantáneas en la Provincia de Loja?**

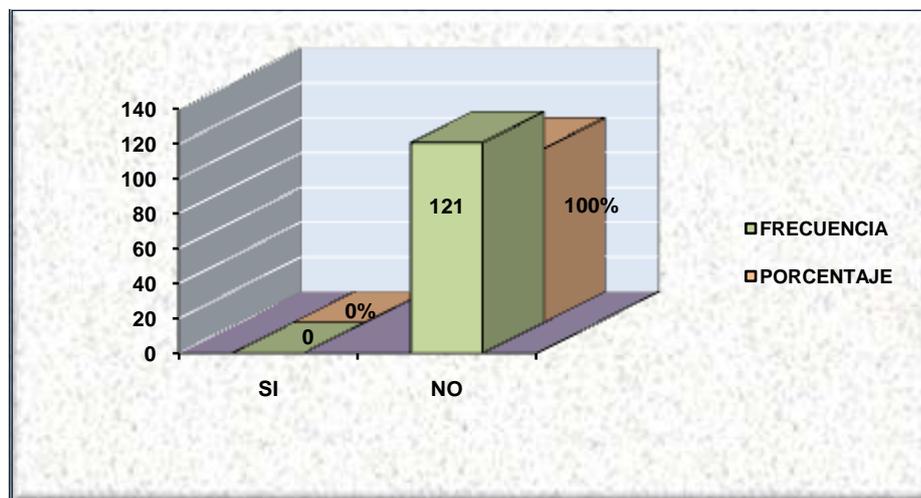
**CUADRO N° 10**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE %</b>
SI	0	0
NO	121	100
No contesta	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>121</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Investigación de campo

ELABORACIÓN: Los Autores

**GRÁFICO N° 9**



**INTERPRETACIÓN**

Los encuestados manifiestan en un 100% no conocer la existencia de una empresa productora de sopas instantáneas. Concluimos que en la provincia de Loja no existe ninguna empresa de producción de sopas instantáneas.

**10. ¿Estaría usted dispuesto a comprar sopas instantáneas en una empresa lojana de reciente creación?**

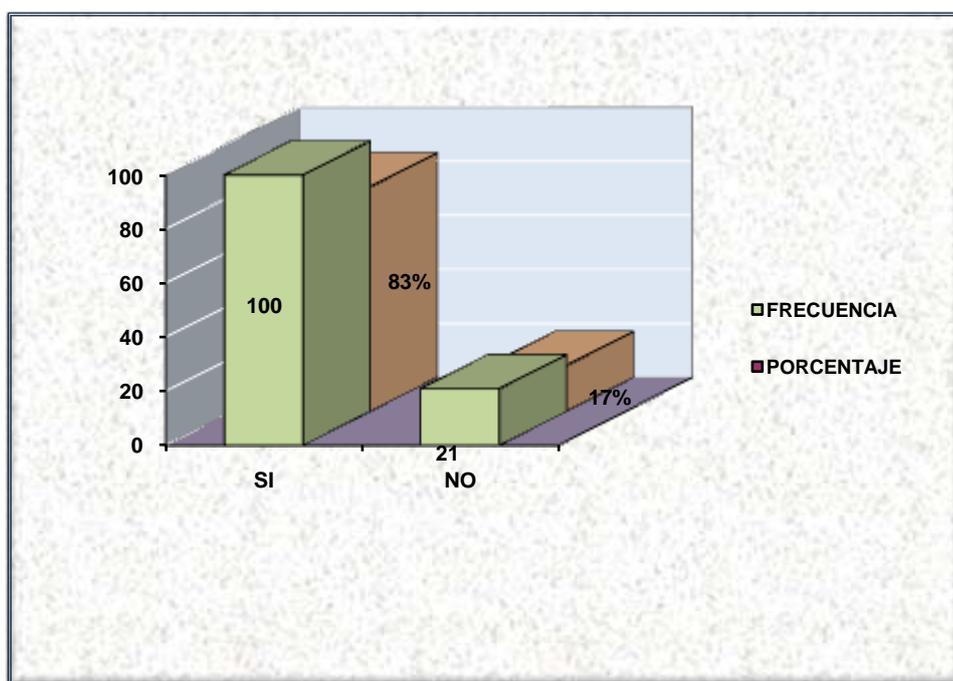
**CUADRO N° 11**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE %</b>
SI	100	83
NO	21	17
<b>TOTAL</b>	<b>121</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Investigación de campo*

*Elaboración: Los Autores*

**GRÁFICO N° 10**



## **INTERPRETACIÓN**

*Al preguntarles si estarían dispuestos a consumir una sopa instantánea en una empresa lojana de reciente creación, el 83% de los encuestados opinan que si consumirían este tipo de sopa instantánea, mientras que el 17% responden que no están dispuestos a consumirlo por cuestión de gustos y preferencias.*

*Este resultado nos da la clara idea de la idea de negocio de implementar una empresa productora de sopas instantáneas.*

11. ¿Cuántas unidades de 120 gr. estaría usted dispuesto a consumir de sopas instantáneas?

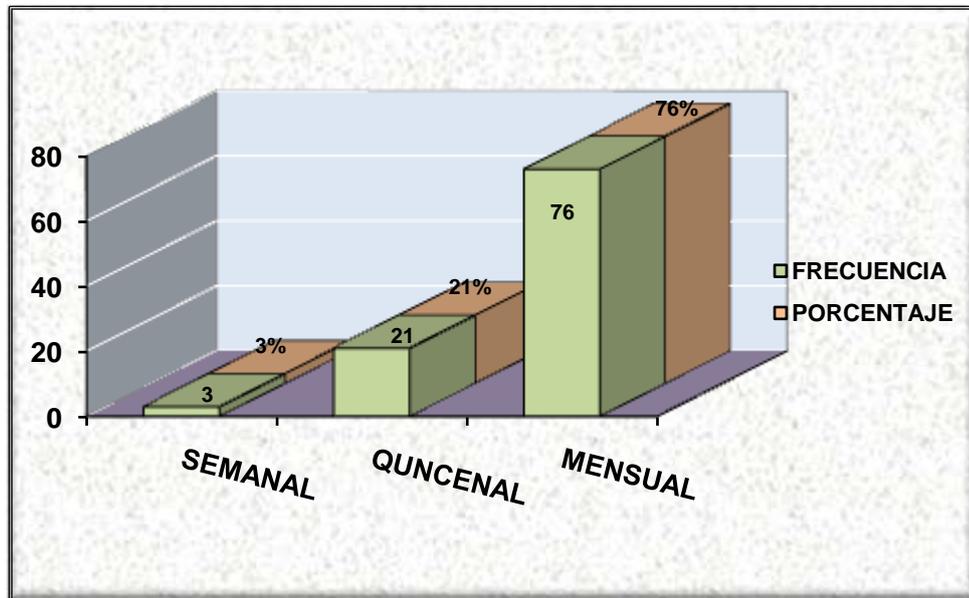
CUADRO N° 12

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %	FACTOR	TOTAL ANUAL (unidades)
<b>SEMANAL</b>				
1 unidad	2		52 sem.	104
2 unidades	1		52 sem.	104
3 unidades	0		52 sem.	0
4 unidades	0		52 sem.	0
<b>Subtotal</b>	<b>3</b>	<b>3</b>		<b>208</b>
<b>QUINCENAL</b>				
1 unidad	15		24 quinc.	360
2 unidades	5		24 quinc.	240
3 unidades	0		24 quinc.	0
4 unidades	1		24 quinc.	96
<b>Subtotal</b>	<b>21</b>	<b>21</b>		<b>696</b>
<b>MENSUAL</b>				
1 unidad	70		12 meses	840
2 unidades	4		12 meses	96
3 unidades	2		12 meses	72
4 unidades	0		12 meses	0
<b>Subtotal</b>	<b>76</b>	<b>1</b>		<b>1,008</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>		<b>1,912</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Los Autores

GRÁFICO N° 11



### INTERPRETACIÓN

De acuerdo con los resultados obtenidos el 3% de los encuestados que estarían dispuestos a consumir sopas instantáneas, indican que semanalmente consumirían 208 unidades de 120 gr., por otra parte el 21% señala que quincenalmente adquirirían 696 unidades de 120gr; y en su mayoría, es decir el 76% consumirían 1.008 unidades; no hubo familias que señalen un consumo diario de este producto.

En conclusión se obtiene un consumo anual equivalente a 1.912 unidades que se dividió para 100 encuestados que están dispuestos a adquirir el producto, lo que representa un consumo per cápita de 19,12 unidades al año por familia.

12. ¿Cuáles serían los medios de publicidad que preferiría se promoció el producto?

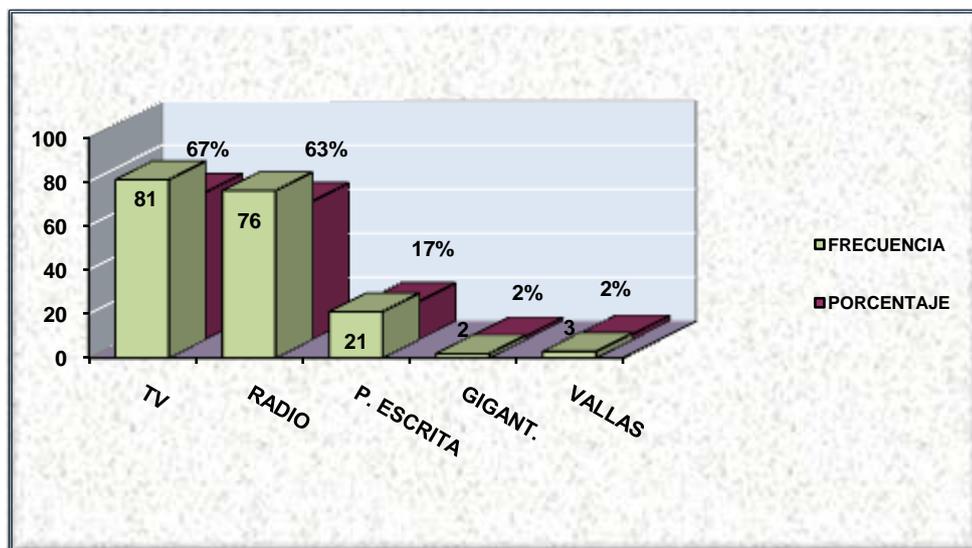
**CUADRO N° 13**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Televisión	81	67
Radio	76	63
Prensa escrita	21	17
Gigantografías	2	2
Vallas	3	2

*Fuente:* Investigación de campo

*Elaboración:* Los Autores

**GRÁFICO N° 12**



## **INTERPRETACIÓN**

*El 67% del total de encuestados dispuestos a consumir sopas instantáneas les gustaría conocer el producto a través de la televisión, seguido del 63% manifestaron que estos espacios deberían ser transmitidos a través de la radio, en un menor porcentaje 17% y 2% a través de la prensa escrita, vallas y gigantografías, respectivamente.*

*Concluimos que el medio de comunicación preferido por los consumidores, es la televisión.*

**COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA**  
**RESULTADOS DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A LOS**  
**COMERCIALIZADORES**

**1. ¿Qué tipo de establecimiento tiene usted?**

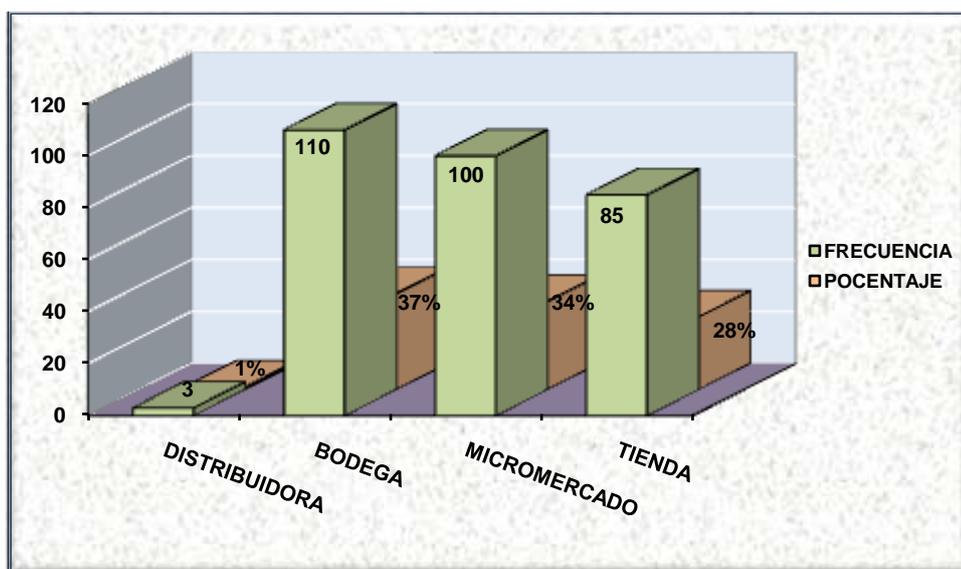
**CUADRO N° 14**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE %</b>
<i>Distribuidora</i>	3	1
<i>Bodega</i>	110	37
<i>Micromercado</i>	100	34
<i>Tienda</i>	85	28
<b>TOTAL</b>	<b>298</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Investigación de campo

*Elaboración:* Los Autores

**GRÁFICO N° 13**



### **INTERPRETACIÓN**

*El 37% de los encuestados tienen bodega, el 34% poseen micromercados, el 28% son dueños de tiendas, y el 1% son propietarios de distribuidoras.*

*Concluimos que la mayor afluencia de negocios de artículos de primera necesidad en la provincia de Loja son las bodegas.*

## 2. ¿Vende en su negocio sopas instantáneas?

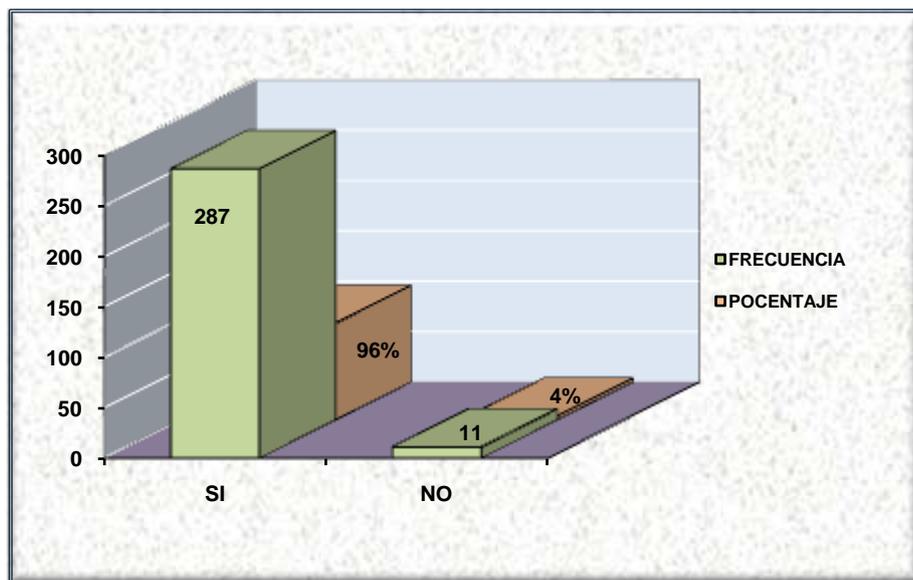
**CUADRO N° 15**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	287	96
NO	11	4
<b>TOTAL</b>	<b>298</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Los Autores

**GRÁFICO N° 14**



### INTERPRETACIÓN

El 96% de los encuestados venden en sus negocios sopas instantáneas, y el 4% no lo venden.

Concluimos que si en la mayoría de negocios se vende sopa instantánea, existe demanda de este producto.

### 3. ¿Cuáles son las marcas que vende en su negocio?

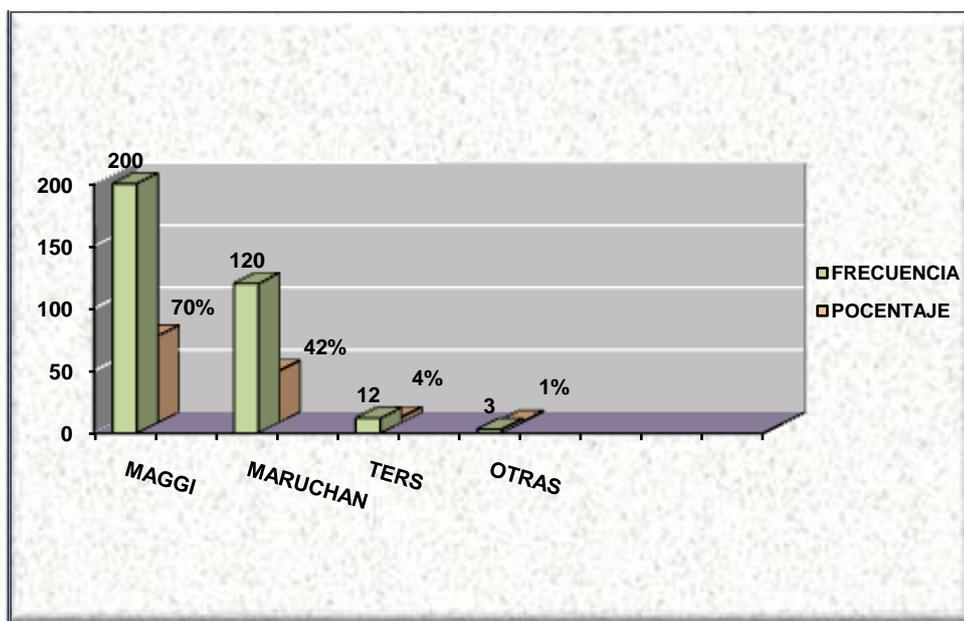
**CUADRO N° 16**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
MAGGI	200	70
MARUCHAN	120	42
TERS	12	4
OTROS	3	1

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Los Autores

**GRÁFICO N° 15**



### INTERPRETACIÓN

Del total de propietarios que venden en sus negocios sopas instantáneas, el 70% vende y distribuye de la marca MAGGI, el 42% MARUCHAN, el 4% TERS y el 1% de otras marcas. Concluimos que la marca más preferida por los consumidores es la marca MAGGI.

**4. ¿Cuál es el precio de venta al público por cada unidad de 120 gr?**

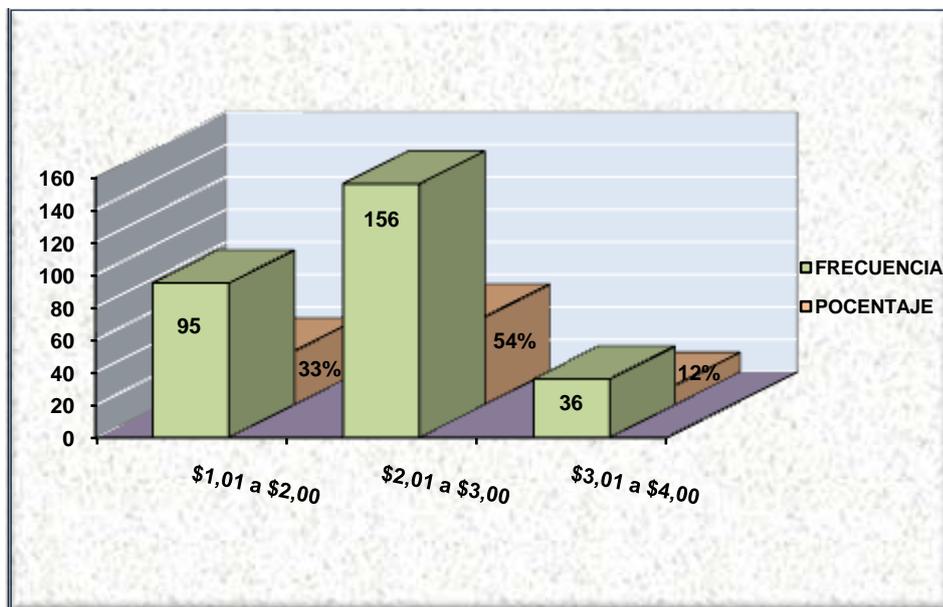
**CUADRO N° 17**

NIVELES DE PRECIO	SOPAS	
	f	%
Menos de \$1,00	95	33
\$1,01 a \$2,00	156	54
\$2,01 a \$3,00	36	12
\$3,01 a \$4,00	0	0
Más de \$4,00	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>287</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Los Autores

**GRÁFICO N° 16**



**INTERPRETACIÓN**

El precio de venta al público de la unidad de 120 gr. oscila entre \$1 a \$2 con una mayoría del 54% y de \$1 el 33 %. Concluimos que la sopa de mayor venta es la que tiene un costo de 1 a 2 dólares.

5. Indique la cantidad de unidades de sopas instantáneas de 120 gr. que vende anualmente.

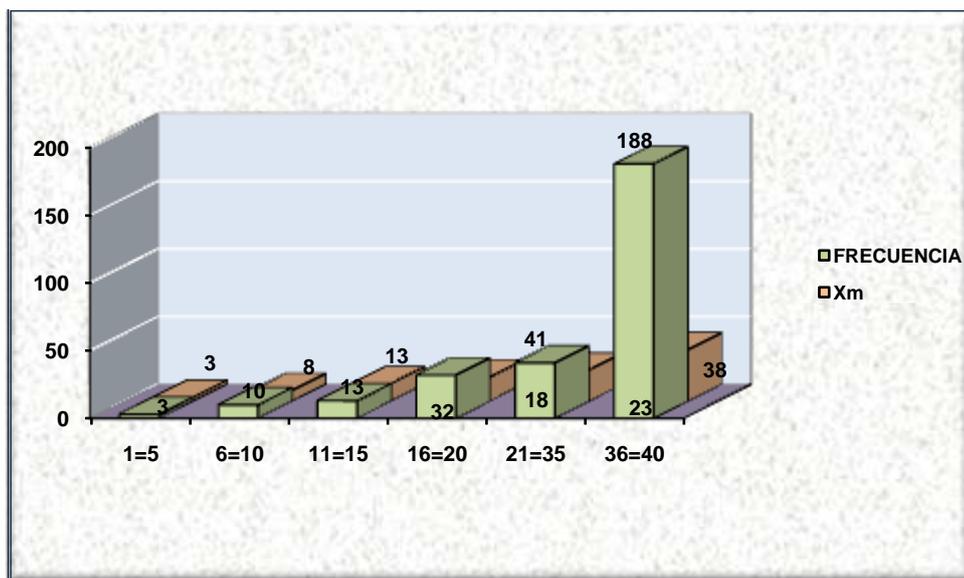
CUADRO N° 18

CANTIDAD 120 gr.	Cantidad Promedio $X_m$	SOPAS INSTANTANEAS	
		F	CANT. ANUAL
1 – 5	3	3	9
6 – 10	8	10	80
11 – 15	13	13	169
16 – 20	18	32	576
21 – 35	23	41	943
36 - 40	38	188	7,144
<b>Más de 40</b>			
<b>TOTAL</b>		<b>287</b>	<b>8,921</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Los Autores

GRÁFICO N° 17



## **INTERPRETACIÓN**

*La cantidad de unidades de sopas instantáneas que venden los propietarios en sus establecimientos anualmente tiene un promedio equivalente a 8.921 unidades de 120 gramos.*

*Concluimos que un promedio por establecimiento es de 31,08 sopas instantáneas al año, que resulta de dividir las unidades totales para el número de establecimientos de venta.*

**6. ¿En qué lugar adquiere usted la sopa instantánea para su comercialización?**

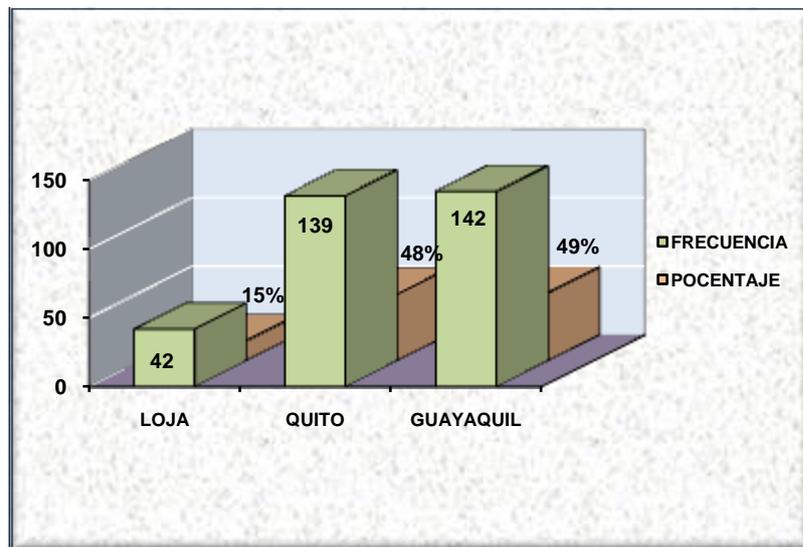
**CUADRO N° 19**

LUGAR	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Loja	42	15
Quito	139	48
Guayaquil	142	49

*Fuente:* Investigación de campo

*Elaboración:* Los Autores

**GRÁFICO N° 18**



**INTERPRETACIÓN**

Del total de encuestados que venden sopas instantáneas el 49% adquiere el producto en la ciudad de Guayaquil, el 48% lo hacen desde Quito, y el 15% lo adquieren en la ciudad de Loja. Concluimos que un grupo muy pequeño de comerciantes adquieren el producto en la Ciudad de Loja.

**7. ¿Qué medios de publicidad sugiere usted es el más adecuado para promocionar el producto?**

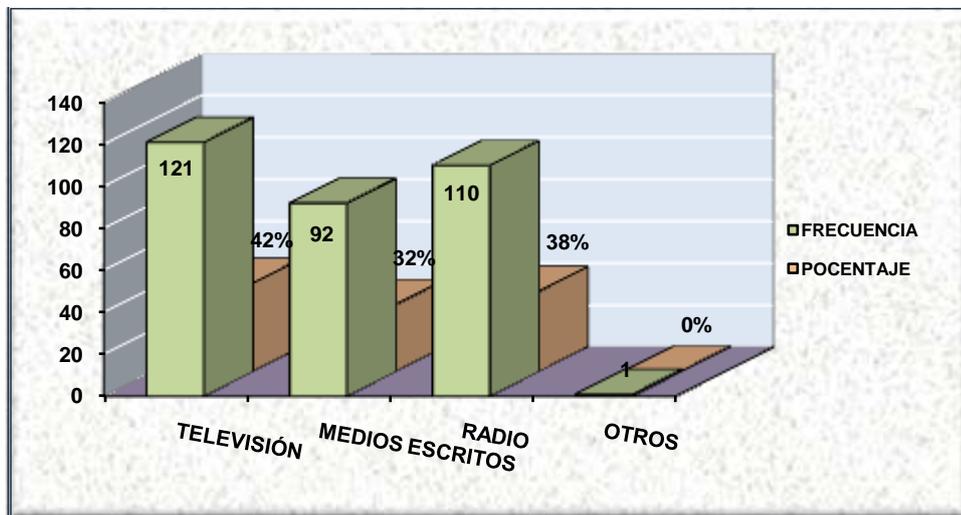
**CUADRO N° 20**

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Televisión	121	42
Medios escritos	92	32
Radio	110	38
Otros	1	0

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Los Autores

**GRÁFICO N° 19**



**INTERPRETACIÓN**

Dentro de los medios de publicidad que proponen los propietarios para promocionar el producto está el 42% a través de la televisión, seguido del 38% que considera debe hacérsela a través de la radio y el 32% prefiere los medios escritos.

**8. De implementarse una empresa productora de sopas instantáneas en la ciudad de Loja ¿Estaría usted dispuesto a adquirir este producto para su comercialización?**

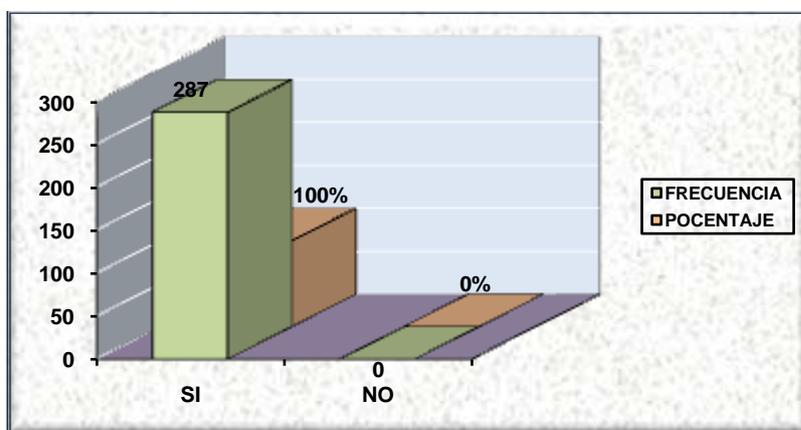
CUADRO N° 21

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	287	100
NO	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>287</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Investigación de campo

ELABORACIÓN: Los Autores

GRÁFICO N° 20



### INTERPRETACIÓN

Al preguntarles al total de distribuidores, si de implementarse una empresa productora de sopa instantánea en la ciudad de Loja, estarían dispuestos a adquirir este producto para su comercialización. Se obtuvo que el 100% de los encuestados si adquirirían el producto.

### 6.1.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

#### CONSUMO PERCAPITA EN UNIDADES DE 120g.

La cantidad de sopas instantáneas de 120g consumidas anualmente por los 100 encuestados (cuadro N° 12), son 1912 unidades.

$$CPA = \frac{CA}{F}$$

CAP= Consumo Percapita Anual

$$CPA = \frac{1912}{100}$$

CA = Consumo Anual Unidades  
F = Numero de Encuestados

**CPA = 19.12 Unidades.**

#### 6.1.2.1. DEMANDA POTENCIAL.

De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas a las familias de la provincia de Loja que fueron 399, el 100% (Cuadro N° 3), de los encuestados manifiesta si consumir algún tipo de sopa en su dieta alimenticia diaria, por lo que tomando en cuenta el cuadro de distribución de familias de la provincia de Loja (cuadro N°1), que son 105.329 familias, el total de esta población se constituyen en el mercado potencial de consumo de sopas instantáneas.

**CUADRO N° 22**

<i>Descripción</i>	<i>N° de encuestas realizadas según tamaño de muestra</i>	<i>N° de familias en la provincia de Loja</i>	<i>Demanda Potencial en número de familias</i>	<i>Demanda Potencial en número de unidades 120g.</i>
	<i>a</i>	<i>b</i>	<i>c=(b) (100%)</i>	<i>d=(19.12) (c)</i>
<i>Determinación de la Demanda Potencial</i>	399	105.329	105.329	2.013.890

*Fuente:* Cuadros N° 1 y 3

*Elaboración:* Los Autores

### **6.1.2.2. DEMANDA REAL.**

Con los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas a las familias de la provincia de Loja que fueron 399, a este total le aplicamos el 30% que es el porcentaje de las familias que indicaron que compran y consumen sopas instantáneas (Cuadro N° 4), lo que da 31599 familias que se constituyen en el mercado real.

**CUADRO N° 23**

<i>Descripción</i>	<i>Demanda Potencial en Numero de Familias</i>	<i>Demanda Real en Número de Familias</i>	<i>Demanda Real en Numero de Unidades de 120g.</i>
	<i>a</i>	<i>b=(105.329) (30%)</i>	<i>c=(19.12) (b)</i>
<i>Determinación de la Demanda Real</i>	105,329	31,599	604,172

*Fuente:* Cuadro N° 4

*Elaboración:* Los Autores

### 6.1.2.3. DEMANDA EFECTIVA

Teniendo como referencia el cuadro N° 23, que indica que el mercado potencial de sopas instantáneas son 31.599 familias de la provincia de Loja, y el cuadro N° 11, hace referencia que un 83% de este mercado están dispuestos a consumir el producto en unidades de 120 gr, al relacionar estos dos datos, obtenemos el mercado efectivo de 26.227 familias.

**CUADRO N° 24**

<i>Descripción</i>	<i>Demanda Real en Numero de Familias</i>	<i>Demanda Efectiva en Número de Familias</i>	<i>Demanda Efectiva en Numero de Unidades de 120g.</i>
	<i>a</i>	<i>b=(31.599) (83%)</i>	<i>c=(19.12) (b)</i>
<i>Determinación de la Demanda Efectiva</i>	31,599	26,227	501,460

**Fuente:** Cuadros N° 11 y 23

**Elaboración:** Los Autores

### 6.1.2.4. DEMANDA FUTURA

Para proyectar la demanda total obtenida, se considera la tasa de crecimiento de la población, que según el INEC es de 0,5% anual, para el efecto se aplica el siguiente modelo matemático:

$$DF = Do (1 + t)^n$$

Siendo:

**DF** = Demanda futura.

**Do** = Demanda inicial.

**t** = Tasa de crecimiento anual.

**n** = Número de periodos a proyectar

$$DF = 501.459 (1+0,5\%)$$

$$= 501.459 (1,005)$$

$$= 503.966$$

Con el procedimiento antes señalado se procede a estimar la demanda futura para los 10 años de duración del proyecto.

**CUADRO Nº 25**

AÑOS	DEMANDA FUTURA 0.5%
0	501,459
1	503,966
2	506,486
3	509,019
4	511,564
5	514,121
6	516,692
7	519,276
8	521,872
9	524,481
10	527,104

**FUENTE:** (INEC 0,5% crecimiento población Loja)

**ELABORACIÓN:** Los Autores

**RESUMEN DE LA DEMANDA PROYECTADA****CUADRO Nº 26**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL 100%</b>	<b>DEMANDA REAL 30%</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA 83%</b>	<b>CONSUMO PERCAPITA CPA</b>	<b>DEMANDA EN UNIDADES PROYECTADA (0.5%)</b>
0	105,329	31,599	26,227	19.12	501,459
1	105,856	31,757	26,358	19.12	503,966
2	106,385	31,915	26,490	19.12	506,486
3	106,917	32,075	26,622	19.12	509,018
4	107,451	32,235	26,755	19.12	511,563
5	107,989	32,397	26,889	19.12	514,121
6	108,529	32,559	27,024	19.12	516,692
7	109,071	32,721	27,159	19.12	519,275
8	109,617	32,885	27,295	19.12	521,872
9	110,165	33,049	27,431	19.12	524,481
10	110,716	33,215	27,568	19.12	527,103

FUENTE: Cuadros 22, 23,24 y 25

ELABORACIÓN: Los Autores

### **6.1.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA.**

*De acuerdo con la investigación realizada, se pudo determinar que en la provincia de Loja no existe ninguna empresa que se dedique a la producción y comercialización de sopas instantáneas, e incluso se conoce que a nivel de la Región Sur no existe este tipo de producción, por lo que, se concluye que no existe oferta de sopas instantáneas. Sin embargo, cabe señalar que en esta ciudad se comercializa sopas instantáneas, así mismo, es conocido que las sopas instantáneas son producidas en Cuenca, Quito y Guayaquil, mismo que es apetecido por los consumidores de esta provincia.*

*Se asume que la oferta está constituida por la adquisición de sopas instantáneas, nacional e importada adquirida en otras regiones del país y el producido internacionalmente, como productos sustitutos a la sopa instantánea (Ver Cuadro N° 15), en la provincia de Loja el 96% de los establecimientos venden sopas instantáneas, lo que determina que de una población de 1.175 establecimientos de la provincia de Loja nos da 1.128, esto multiplicado por el 31,08 (Ver cuadro N° 18) que es el promedio de venta por establecimiento, nos determina que venden 35.058 sopas instantáneas al año.*

$$VP = vt / n$$

$$VP = 8921 / 287$$

*VP = Ventas Promedio anual*

*n = Numero de locales encuestados*

**VP = 31,08 Unidades anuales**

**OT = N\*VP**

*OT = Oferta Total*

*OT = 1128 \* 31,08*

*N = Número total de locales en la provincia*

*OT = 35.085 Unidades por año*    *VP = Ventas Promedio Anual*

### OFERTA DE SOPAS INSTANTANEAS

#### CUADRO N°27

<b>AÑOS</b>	<b>Número de Comercios en la Provincia de Loja</b>	<b>Numero de ofertantes de Sopas Instantaneas ( 96% )</b>	<b>Promedio de ventas Anual</b>	<b>Oferta Total De sopas En Unidades + 1.9 %</b>
0	1.175	1.128	31.08	35.058
1	1.197	1.149	31.08	35.724
2	1.220	1.171	31.08	36.403
3	1.243	1.194	31.08	37.095
4	1.267	1.216	31.08	37.800
5	1.291	1.239	31.08	38.518
6	1.315	1.263	31.08	39.250
7	1.340	1.287	31.08	39.995
8	1.366	1.311	31.08	40.755
9	1.392	1.336	31.08	41.530
10	1.418	1.362	31.08	42.319

**FUENTE:** Cuadros N° 15 y 18 (SRI 1.9% incremento negocios)

**ELABORACIÓN:** Los Autores

*La oferta de sopas instantáneas es de 35.058 unidades de 120 gr.*

**6.1.4. ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA**

La demanda insatisfecha es la diferencia entre la demanda total de unidades de sopas instantáneas de 120 gr., y la oferta, como se puede observar en el siguiente cuadro.

**CUADRO N° 28**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA TOTAL</b>	<b>OFERTA TOTAL</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
0	501,454	35,058	466,396
1	503,966	35,724	468,242
2	506,486	36,403	470,083
3	509,018	37,095	471,923
4	511,563	37,800	473,763
5	514,121	38,518	475,603
6	516,692	39,250	477,442
7	519,275	39,995	479,280
8	521,872	40,755	481,117
9	524,481	41,530	482,951
10	527,103	42,319	484,784

**FUENTE:** Cuadros N° 26 y 27

**ELABORACIÓN:** Los Autores

### **6.1.5. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO**

*La comercialización es la actividad que permite hacer llegar nuestro producto desde la fábrica a los consumidores del mercado de la Provincia de Loja, y que incluye todo lo relacionado con publicidad, distribución, técnicas de mercado, planificación del producto, promoción, investigación, desarrollo, ventas, transporte y almacenamiento del producto, para ello, definiremos algunas variables que es necesario tenerlas presente, a continuación describimos.*

#### **a. PRODUCTO**

*En nuestro caso comercializaremos un producto de consumo masivo, dirigido a las familias de la Provincia de Loja.*

*El producto estará en innovaciones constantes, adaptándose a las nuevas necesidades y deseos de los consumidores, se realizará controles de calidad en todo el proceso productivo.*

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

*El producto para su comercialización tendrá las siguientes características:*

**b. PRESENTACIÓN**

- **Producto:** Sopa Instantánea
- **Nombre del Producto:** Sopa Fácil Cía. Ltda.
- **Ingredientes: Fideos:** Harina de Trigo Fortificada, Agua Huevos y Sal; **Saborizante:** Sabor a langosta con queso, azúcar, glutamato monosódico, inosinato y guanolato; **Vegetales Deshidratados:** Zanahoria, Col, Ajo, Huevo, Aceite de Ajonjolí; y **Jamón.** Alcohol Etilico, Fragancia, **Aceite de ajonjolí.**
- **Preparación:**
  1. Levantar la tapa y retirar la cuchara, el jamón, el saborizante, el aceite de ajonjolí y los vegetales.
  2. Agregar el saborizante y los vegetales, añadir agua bien caliente hasta llegar al nivel indicado, mover el contenido por 10 segundos y tapar por 5 minutos.
  3. Retirar la tapa y colocar el recipiente en un microonda por 2 minutos, luego sacar el envase y agregar el jamón, mover por 10 segundos, y disfrutar de una nutritiva sopa.
- **Envase:** se exhibirá en tarros de plástico herméticamente cerrados con su logotipo.
- **Registro Sanitario:** En trámite
- **Peso:** 120 gramos
- **Fecha de elaboración:** .....
- **Fecha de caducidad:** .....

- **Precio:** P.V.P. \$ 0.95
- **País:** Ecuador
- **Valor Nutricional por cada 50 mg.**
  - **Calorías:** 30
  - **Grasa Total:** 0 %
  - **Grasa Saturada:** 0%
  - **Colesterol** 0%
  - **Sodio** 10 %
  - **Carbohidratos** 2%
  - **Proteínas** 1%
  - **Vitaminas:** A, B, C y

**Etiquetas:**

**GRAFICO Nº 21**





### **c. PRECIO**

*El precio es la cantidad de dinero o de otros objetos como utilidad necesaria para satisfacer una necesidad que se requiera para adquirir un producto. Su análisis es muy importante ya que este nos permite determinar la rentabilidad del producto y definirá en último término el nivel de los ingresos.*

*En el caso de la definición del precio de venta, se debe tener en cuenta diversas variables que influyen sobre el comportamiento del mercado.*

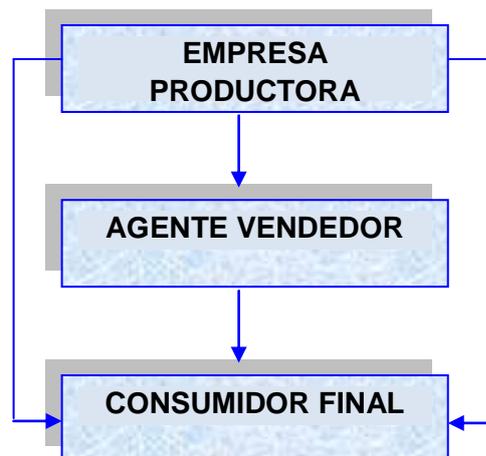
*En primer lugar, está la demanda asociada a los diferentes niveles de precios, luego los precios de la competencia para productos sustitutos y por último los costos considerando que el mercado es dinámico y cambiante.*

*El precio del producto en estudio se lo determina en base al estudio del costo de producción y ventas, como también de acuerdo a los precios fijados por la competencia en el mercado para productos de marcas como:*

<i>Maruchan</i>	<i>\$ 2,20</i>
<i>Maggi</i>	<i>\$ 1,50 a 2,10</i>
<i>Ters</i>	<i>\$ 2,15</i>

**d. PLAZA**

Nuestro producto será distribuido a intermediarios como: tiendas, bodegas, centros comerciales en cada uno de los cantones de la Provincia de Loja, tomamos en cuenta estos lugares porque son los de mayor preferencia por parte de los consumidores según los resultados del estudio de mercado, además, utilizaremos la venta directa, la cual es vía más corta, simple y rápida, es decir, el consumidor acude directamente a la empresa a adquirir el producto.

**GRÁFICO Nº 23****CANAL DE DISTRIBUCIÓN****e. PUBLICIDAD**

La publicidad permitirá informar, persuadir y recordar al mercado sobre la imagen de la organización y sus productos, esta la emplearemos para dar a conocer las ventajas alimenticias y nutricionales que ofrece el producto al consumidor. Para lo cual realizaremos un Plan Estratégico de Marketing en el que detallamos los medios publicitarios que utilizaremos para dar a conocer nuestro producto.

### **6.1.6. PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING PARA LA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE SOPAS INSTANTÁNEAS EN LA PROVINCIA DE LOJA**

*Hemos creído conveniente realizar esta propuesta para dar a conocer por qué medios se puede realizar la publicidad, cuál es su costo, ya que servirá para que nuestro producto tenga aceptación en el mercado, es una alternativa deliciosa, nutritiva, producto destinado para aquellas personas que consumen sopas.*

#### **a. Visión**

*La visión es una representación mental de un futuro deseable, realista, concreto, creíble, cargado de emoción y fuerza de atracción.*

*Se debe partir con una visión emprendedora, con autonomía en la toma de decisiones maduras y convenientes, buscando siempre la equidad en el reconocimiento de responsabilidad y acciones, con la colaboración de cada uno de los integrantes de nuestra empresa en su nivel y entorno para lograr así realizar un producto que satisfaga las necesidades del consumidor.*

*Nuestra **Visión** es: “En los próximos cinco años ser una empresa líder en el mercado provincial en la producción y comercialización de sopas*

*instantáneas, logrando incrementar el volumen de ventas con un producto de calidad, a precios cómodos, con márgenes de utilidad razonables y personal con elevada ética profesional”.*

### **b. Misión**

*La misión debe reflejar lo que la organización está siendo alusión directa a la función general y específica que cumple.*

*En la mayoría de las entidades el contenido de la misión es asociada al contenido de su respectiva ley orgánica o norma de creación, la cual define su marco general de actuación.*

*Nuestra **Misión** es: “Suministrar a todos los habitantes de la provincia de Loja, un producto de calidad como es una sopa instantánea, alternativa nutritiva y deliciosa en el mercado local, elaborado por personal calificado, con el fin de satisfacer las necesidades en salud y mejorar la calidad de vida de los consumidores”.*

### **c. Objetivos**

#### **Objetivo General**

*Lograr posesionar nuestro producto en el mercado provincial ofreciendo un producto nutricional, incrementando la rentabilidad y por ende el desarrollo empresarial.*

### **Objetivos Específicos**

- *Diseñar campañas publicitarias progresivas a nivel provincial, que permitan mejorar la calidad de comunicación con los clientes, con mensajes publicitarios sencillos e impactantes, en horas picos de sintonía de este segmento.*
- *Realizar promociones.*
- *Crecer en el mercado incrementando las ventas del producto.*

### **d. Políticas**

- *Reuniones periódicas en las que se evalúe los resultados.*
- *Tener presente cada mes los estados financieros de la empresa.*
- *Llevar un registro de todas las asistencias, permisos, retrasos y actitudes relevantes.*

### **e. Obligaciones de los empleados**

- *Responsabilizarse por la producción del producto.*
- *Precautelar la seguridad de las instalaciones con la finalidad de no tener pérdidas.*
- *Realizar un adecuado control de calidad de la producción.*

- *Manejar con responsabilidad la maquinaria y a su vez dar el mantenimiento necesario.*
- *Vigilar que no exista desperdicios de la materia prima.*
- *Ser puntual a la hora de trabajo.*
- *Incentivar la venta del producto al consumidor.*
- *Dar a conocer las propiedades nutritivas del producto.*

**f. Beneficios al trabajo**

- *Vacaciones*
- *Pagos al seguro.*
- *Aguinaldos navideños*
- *Desarrollar un espíritu de colaboración y entendimiento entre los miembros del grupo.*

## **6.2. ESTUDIO TÉCNICO**

*En esta etapa del proyecto el objetivo principal es determinar los requerimientos de los recursos básicos necesarios para el proceso de producción, para la producción de sopa instantánea y los diversos requerimientos que serían necesarios para la puesta en marcha del proyecto.*

*El estudio técnico nos provee información para cuantificar el monto de las inversiones y costos de operación pertinentes a esta área.*

*Aquí se considera los datos obtenidos por el estudio de mercado para determinar la tecnología adecuada, el espacio físico, los recursos materiales y recursos humanos. Se describe el tamaño que tendrá la planta para implementarse la localización, diseño óptimo de la planta y el proceso productivo para la obtención de sopa instantánea.*

*Este estudio comprende los siguientes aspectos:*

### **6.2.1 INGENIERÍA DEL PROYECTO**

*Trata de determinar la función de producción óptima en la utilización eficiente de los recursos humanos para la elaboración de un bien o servicio. El estudio técnico de la ingeniería de nuestro proyecto intenta llegar a determinar la función de producción de sopa instantánea, a la vez que seleccionará el proceso productivo óptimo, determinándose las*

*necesidades de equipo y maquinaria para su disposición en la planta, las necesidades de personal, espacios físicos y obras físicas.*

#### **6.2.1.1. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS**

*El producto tendrá las siguientes características técnicas:*

- *Humedad*
- *Proteínas*
- *Grasas*
- *Carbohidratos*
- *Vitaminas*

#### **6.2.1.2. TAMAÑO DEL PROYECTO**

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

*El tamaño de la planta se determina tomando como referencia los resultados que arrojó el estudio de mercado, principalmente del análisis del balance de la oferta y demanda.*

##### **6.2.1.2.1. CAPACIDAD INSTALADA**

*La capacidad instalada se refiere al tamaño total de la planta, es decir, en la presente es la capacidad de producción que tiene la máquina*

*RICOTHS de fabricación Alemana, con los recursos materiales y humanos (3 obreros) se estima una producción de 400 unidades de 120 gramos de sopas instantáneas por día en 8 horas laborables, lo que determina que a la semana de 5 días se obtendrá 2.000 sopas instantáneas por las 52 semanas que tiene el año resulta 104,000 sopas instantáneas al año, que es la capacidad total instalada del proyecto.*

### **CUADRO N° 29**

#### **CAPACIDAD INSTALADA DE PRODUCCIÓN ANUAL**

<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>PORCENTAJE %</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA</b>
468242	22,21%	104.000

*Fuente: Cuadro N° 28*

*Elaborado por: Los Autores*

*Para determinar la capacidad instalada hemos tomado la cantidad del año uno (cuadro N° 28) de la demanda insatisfecha.*

#### **6.2.1.3. TAMAÑO DEL MERCADO**

*Siendo la capacidad máxima instalada de 104.000 sopas instantáneas y frente a la demanda insatisfecha de 468.242 sopas instantáneas, únicamente lograremos cubrir el 22,21% de este segmento de mercado.*

*Porcentaje que lo obtuvimos de la siguiente manera:*

$$\begin{array}{ccc}
 468.242 & \xrightarrow{\quad} & 100\% \\
 & \searrow & \nearrow \\
 104.000 & \xrightarrow{\quad} & X = 22,21 = 22,21\%
 \end{array}$$

**6.2.1.3.1. CAPACIDAD UTILIZADA**

Para estimar la capacidad utilizada se toma como información base la demanda y la información de la capacidad instalada. Por no disponer de los recursos financieros necesarios se utilizará al inicio de las operaciones el 80% de la capacidad máxima instalada, es decir se va a producir 83.200 sopas instantáneas de 120 gramos con un incremento del 5% anualmente hasta los tres primeros años. Desde el cuarto hasta el décimo año la empresa funcionará y producirá con el 95% de su capacidad instalada. Como se puede observar en ninguno de los años la empresa cubrirá la demanda existente.

**CUADRO N° 30**  
**CAPACIDAD UTILIZADA**

<b>AÑOS</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA</b>	<b>PORCENTAJE DE CAPACIDAD INSTALADA</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA</b>
1	104.000	80%	83.200
2	104.000	85%	88.400
3	104.000	90%	93.600
4	104.000	95%	98.800
5	104.000	95%	98.800
6	104.000	95%	98.800
7	104.000	95%	98.800
8	104.000	95%	98.800
9	104.000	95%	98.800
10	104.000	95%	98.800

Fuente: Cuadro N° 28

Elaborado por: Los Autores

#### **6.2.1.4 LOCALIZACIÓN**

*La toma de decisiones sobre la localización de la empresa es fundamental para el cumplimiento de los objetivos que la presente empresa pretende alcanzar, de ahí que se deba encontrar una localización adecuada y que preste todas las garantías para la buena marcha de la presente empresa en sus actividades productivas y administrativas.*

*Para poder determinar la localización más adecuada del proyecto, se han analizado algunos factores que inciden directamente en la decisión de la ubicación de la fábrica.*

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

##### **6.2.1.4.1 MACRO LOCALIZACIÓN**

*Tienen relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional.*

*La empresa estará ubicada:*

 *País: Ecuador*

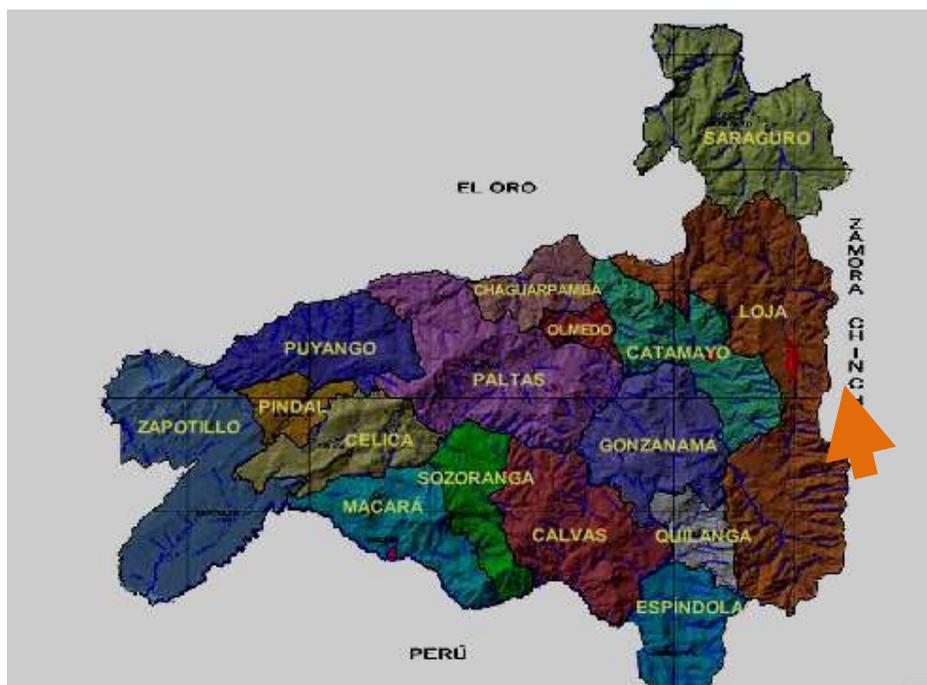
 *Región: Sur de País*

 *Provincia: Loja*

GRAFICO N° 24



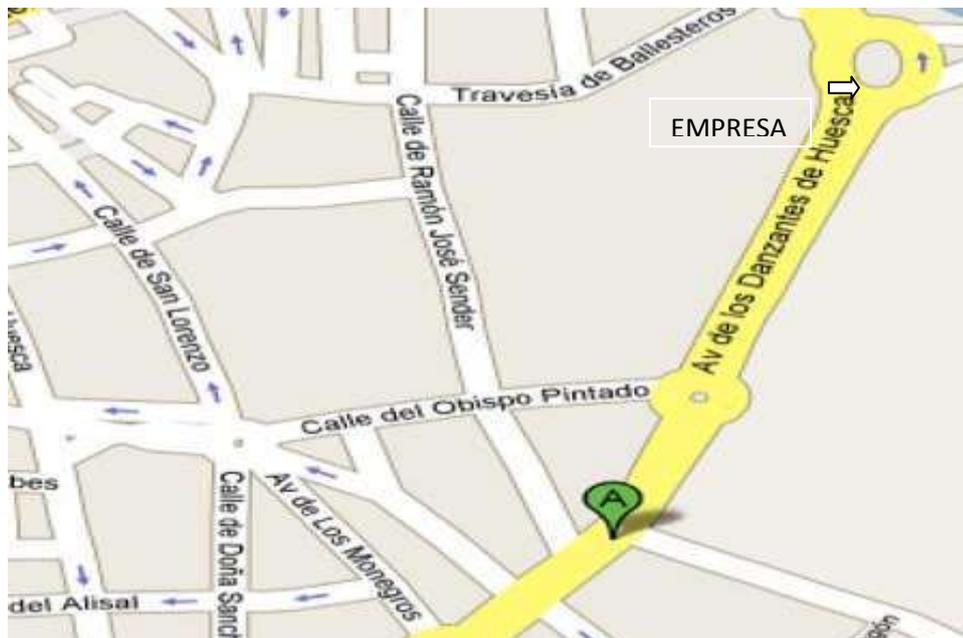
GRAFICO N° 25



#### 6.2.1.4.2 MICRO LOCALIZACIÓN

La planta funcionará en la Ciudad de Loja, en el parque industrial calles Avenida de los Danzantes. Se ha elegido este lugar porque es el que destina el Ilustre Municipio de Loja; además, es apropiado para la adquisición de la materia prima y cuenta con todos los servicios básicos: agua, energía eléctrica, alcantarillado, teléfono, etc.

GRAFICO N° 26



#### 6.2.1.4.3. FACTORES DE LOCALIZACIÓN

Son aquellos que permitirán el normal desempeño de la empresa, además de orientar la producción en el espacio, el lugar donde se programará la instalación de la planta productora de sopas instantáneas, cuenta con los siguientes factores:

- ❖ **Insumos.-** *Para la disponibilidad de la materia prima, nuestra empresa contará con el apoyo de distribuidores locales.*
  
- ❖ **Mano de Obra.-** *Para la puesta en marcha del proyecto será necesario, mano de obra calificada, la cual se encuentra disponible en nuestra ciudad y provincia.*
  
- ❖ **Servicios Básicos.-** *Es necesario que la empresa disponga de todos los servicios básicos que contribuyan al funcionamiento eficiente de la misma, estos servicios necesarios son: agua potable, luz eléctrica, servicios telefónico y alcantarillado.*
  
- ❖ **Vías de comunicación.-** *otro factor que se requiere para la puesta en marcha de toda empresa, constituye a la disponibilidad de vías de comunicación adecuadas que facilite la trasportación tanto para el abastecimiento de materia prima, así como para la distribución del producto final, características que reúne el sector donde funcionará la empresa.*
  
- ❖ **Mercado Potencial.-** *lo constituyen las familias de la Provincia de Loja.*

## 6.2.2. INGENIERÍA DE LA PLANTA

*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.*

### 6.2.2.1. DESCRIPCIÓN DE LA MAQUINARÍA Y EQUIPO

*Para el proceso de producción de sopas instantáneas será indispensable utilizar los siguientes equipos:*

- ❖ *Maquina Mezcladora* 1
- ❖ *Envasadora* 1
- ❖ *Etiquetadora* 1
- ❖ *Balanza* 2
- ❖ *Máquina selladora* 1

#### MEZCLADORA, ENVASADORA Y ETIQUETADORA



**MARCA RICOTHS, Alemana año 2007**

**SELLADORA**

**MARCA RICOTHS, Alemana año 2007**

**BALANZA DIGITAL: DOLSN, Tailandesa año 2009**

**Herramientas**

*Son las herramientas necesarias para el funcionamiento de la empresa "Sopas Instantáneas".*

❖ *Kit de herramientas*                      2

**Muebles y Enseres**

❖ *Escritorios*                                      3

❖ Sillas	10
❖ Archivador	2

### **Equipo de Oficina**

❖ Computadoras	2
❖ Sumadoras	1
❖ Teléfono	1

### **6.2.2.2. DISTRIBUCIÓN DE PLANTA**

*La distribución del área física como la maquinaria y equipo debe brindar condiciones de trabajo, haciendo más económica la operación de la planta, cuidando las condiciones de seguridad industrial para el trabajador. Por tal razón, la dimensión de las instalaciones que serán arrendadas en el sector del parque Industrial Será de 110m<sup>2</sup>.*

*La distribución del área se dará de la siguiente forma:*

#### **a. Área Requerida**

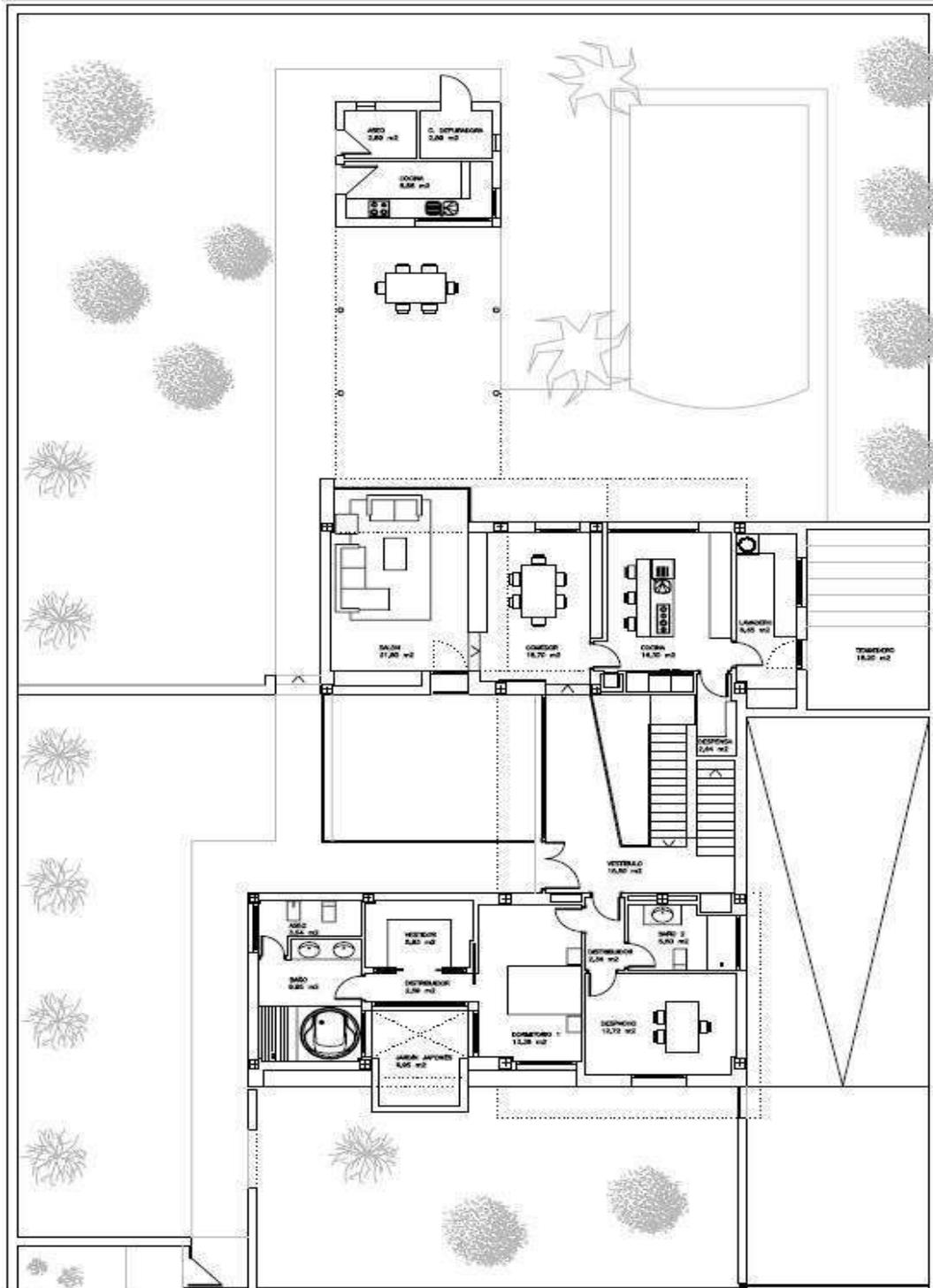
- Gerencia 15 m<sup>2</sup>
- Baño 6,10 m<sup>2</sup>
- Secretaria 16 m<sup>2</sup>
- Recepción e información 12 m<sup>2</sup>

**b. Área de Producción**

- *Proceso productivo 21 m<sup>2</sup>*
- *Bodega de almacenamiento 18 m<sup>2</sup>*
- *Guardianía 12m<sup>2</sup>*
- *Parqueadero 9 m<sup>2</sup>*

## GRAFICO Nº 27

## PLANO DE LAS INSTALACIONES



### 6.2.2.3. PROCESO PRODUCTIVO

*Esta parte describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto final. Es la forma en que una serie de insumos se transforman con la participación de tecnología, mano de obra, maquinaria y procedimientos de operación. Para el proceso productivo de sopas instantáneas se siguen los siguientes pasos:*

### 6.2.2.4. FLUJOGRAMA DE PROCESOS

*Al hablar de proceso productivo nos referimos a las diferentes etapas por las cuales se transforman determinadas materias primas e insumos para obtener un producto terminado, en si la actividad que se desarrolla se la puede hacer representativa de la siguiente manera:*

**CUADRO N° 31**

<b>ESTADO INICIAL</b>	<b>PROCESO TRANSFORMADOR</b>	<b>PRODUCTO FINAL</b>
<p><i>Los elementos e insumos son elementos que serán objeto de transformación.</i></p> <p><i>Fideos, Saborizante, Vegetales, Deshidratados y Jamón.</i></p>	<p><i>Está determinado por las operaciones que el recurso humano y maquinaria realiza para transformar las materias primas mencionadas</i></p>	<p><i>Producto del proceso transformador (sopas instantáneas).</i></p>

*Elaborado por: Los Autores*

#### **6.2.2.5. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO.**

La sopa instantánea en donde los **Fideos**: Harina de trigo fortificada, agua, huevos y sal; **Saborizante**: Sabor a langosta con queso, azúcar, glutamato monosódico, inosinato y guanolato; **Vegetales Deshidratados**: Zanahoria, col, ajo, huevo, aceite de ajonjolí; y **Jamón**. Alcohol etílico, fragancia y agua constituyen la materia prima, a esto se aplica un tratamiento hasta dar una apariencia agradable, por lo tanto, este proyecto intenta presentar una nueva forma productiva que incorpore ciertas ventajas al producto (industrialización) para la aceptación del consumidor, es así que seguidamente daremos a conocer el respectivo proceso para la elaboración de sopas instantáneas el cual está representado por las siguientes etapas.

- *Revisión y clasificado de la materia prima*
- *Integrar con los demás ingredientes y mezclar*
- *Elaborar la sopa instantánea*
- *Control de calidad*
- *Envasado*
- *Almacenamiento*

#### **6.2.2.6. REVISIÓN CLASIFICADO Y PESADO DE LA MATERIA PRIMA**

Antes de empezar con el proceso se realiza la revisión de la materia prima (Fideos, Saborizante, Vegetales, Deshidratados y Jamón) para determinar

*si el estado es idóneo y proceder a la preparación, una vez comprobado lo mencionado se procede a la siguiente etapa de este proceso.*

#### **6.2.2.7. MEZCLA DE LA MATERIA PRIMA**

*Al empezar el proceso es necesario realizar la mezcla de la materia prima, en la maquina mezcladora en donde se procede a la combinación de la misma.*

#### **6.2.2.8. CONTROL DE CALIDAD**

*En este momento al mezclar la materia prima se realiza un control de calidad para revisar que este en buen estado de combinación.*

#### **6.2.2.9. ELABORACIÓN DE LA SOPA INSTANTÁNEA (Control-calidad)**

*Terminada la operación anterior se procede a elaborar la sopa instantánea.*

#### **6.2.2.10. PESADO DE LA SOPA INSTANTÁNEA**

*El proceso continúa y en esta fase se realiza el pesado de la sopa instantánea, para lo cual se procede a introducir en la máquina envasadora.*

#### **6.2.2.11. ETIQUETADO**

*Luego del pesado del producto se procederá al etiquetado, para ello se utilizará una máquina etiquetadora, obteniendo ya el producto terminado*

en su estética compacidad y empaquetado, cabe señalar que en la envoltura constará la razón social de la empresa y otras especificaciones como: fecha de elaboración, fecha de caducidad entre otras.

#### 6.2.2.12. ALMACENAMIENTO

Finalmente, una vez que los paquetes están listos se procederá a ubicarlos en forma uniforme entre todas ellas para evitar averías, éstos serán arreglados con la indicación del bodeguero el cual se encargará de llevar registro de entradas y salidas de mercadería.

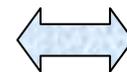
### FLUJOGRAMA DE ELABORACIÓN DE SOPA INSTANTÁNEA

#### SIMBOLOGÍA.

DEMORA Y OPERACION



DEMORA



OPERACIÓN



INSPECCION



ALMACENAMIENTO

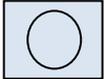


OPERACIÓN E INSPECCION



A continuación se presentará las diversas etapas por las que debe atravesar el proceso productivo para llegar a obtener sopas instantáneas.

### FLUJO DE PROCESO DE ELABORACIÓN DE SOPAS INSTANTÁNEAS

DESCRIPCION						TIEMPOS
REVISIÓN Y CLASIFICADO DE LA MATERIA PRIMA			X			18'
MEZCLA DE LA MATERIA PRIMA	X					30'
CONTROL DE CALIDAD	X					9'
ELABORACIÓN DE SOPAS INSTANTÁNEAS	X		X			118'
CONTROL DE CALIDAD			X			10'
PESADO DE LAS SOPAS			X			20'
ETIQUETADO					X	130'
ALMACENAMIENTO				X		65'
<b>TIEMPO TOTAL PARA UN DÍA DE LABORES</b>						<b>470'</b>

### **6.3 ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

*Para la etapa de operación de la empresa, es necesario contar con una adecuada organización que facilite la asignación de funciones y responsabilidades al talento humano que conformará la misma, de tal forma que se logre la eficiencia, calidez y calidad en el desempeño de las actividades.*

#### **6.3.1 ORGANIZACIÓN JURÍDICA**

##### **6.3.1.1. BASE LEGAL**

*Para la organización jurídica se ha previsto la implementación de una Compañía de Responsabilidad Limitada, de conformidad con el Art. 93 de la Ley de Compañías, que en su parte pertinente dice que la Compañía de Responsabilidad Limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo su razón social o denominación objetiva, a lo que analizará, en todo caso, las palabras Compañía Limitada a su correspondiente abreviatura.*

*Se llama de Responsabilidad Limitada por cuanto nace de la necesidad de dirigir una determinada organización jurídica adecuada a la pequeña y mediana empresa, así como también por las ventajas que presenta en relación a otro tipo de compañías.*

*La razón social de la empresa será GAZÚ y Cia. Ltda.*

**ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA "GAZÚ"**

**Señor Notario:**

*En el Registro de escrituras a su cargo, sírvase incorporar una en la que conste la constitución de una compañía de responsabilidad limitada al tenor de las siguientes cláusulas.*

*PRIMERA: COMPARECIENTES: Comparecen a otorgar esta escritura las siguientes personas: **Srta. Jakeline Marisol Gallo Chiriboga y el Sr. Patricio Ramiro Zúñiga Veintimilla**, todos ellos de nacionalidad ecuatoriana, quienes por sus propios derechos, acuerdan constituir una compañía de responsabilidad limitada que se regirá por las disposiciones de la Ley de Compañías y de los presentes Estatutos;*

*SEGUNDA: ESTATUTOS DE LA COMPAÑÍA:*

*Art. 1.- Denominación.- La Compañía que se constituye mediante este contrato se denominará: "Sopa Fácil GAZÚ Cia. Ltda."*

*Art. 2.- Objeto.- La empresa como tal, tendrá su objeto social en la producción y comercialización de sopas instantáneas.*

*Art. 3.- Domicilio.- El domicilio principal de la compañía es la ciudad de Loja, pero podrá establecer agencias o sucursales en cualquier lugar del país, previo autorización de la Junta General de Accionistas.*

*Art. 4.- Plazo.- El plazo por el cual se constituye la compañía es de diez (10) años que se contarán a partir de la fecha de inscripción del contrato en el Registro Mercantil, plazo que podrá ser ampliado o restringido procediendo en la forma que se determina en la Ley de Compañías y estos Estatutos.*

*Art. 5.- Capital.- El capital de la compañía es de USD 57.040,28 dólares que estará representado por 57,04 participaciones de USD. 1.000 dólares cada una de ellas, iguales e individuales, las que tienen el carácter de no negociables, las que se encuentran íntegramente suscritas y pagadas en el 50% de su valor, conforme la cuenta de integración de capital que se ha abierto en el Banco de Loja, cuyo certificado conferido por esa institución financiera se protocolizará conforme a lo dispuesto a la Ley de Compañías;*

*Art. 6.- Plazo para la integración del capital.- Los socios pagarán en efectivo el 50% no pagado de las aportaciones que cada uno de ellos ha hecho, en el plazo máximo de un año;*

*Art. 7.- De la Junta General.- La Junta General de Accionistas es el organismo supremo de la compañía y se integrará por los socios de la misma en número suficiente para formar quórum, por lo que las decisiones que ella tome conforme la Ley y estos Estatutos obligan a*

*todos los socios hayan o no contribuido con sus votos o hayan o no asistido a la sesión;*

*Art. 8.- Sesiones.- Las sesiones de la Junta General son ordinarias o extraordinarias, y en uno u otro caso se reunirán en el domicilio principal de la compañía previa convocatoria hecha en forma legal. En el caso que estuvieren juntos los socios que representen la totalidad del capital social podrán constituirse en Junta General, sin requerir convocatoria previa, siempre que así lo resolvieren por unanimidad y estuvieren de acuerdo a los asuntos a tratarse.*

*Las Juntas Ordinarias se reunirán por lo menos una vez al año dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico; las extraordinarias cuantas veces fueren convocadas. En las Juntas Generales solo podrán tratarse los asuntos puntualizados en la convocatoria;*

*Art. 9.- Convocatoria.- Las Juntas Generales serán convocadas por el Presidente o el Gerente de la Compañía, por medio de la prensa, en uno de los periódicos de mayor circulación, en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación por lo menos al fijado para la reunión, o mediante comunicación por escrito a todos los socios con anticipación de por lo menos cuarenta y ocho horas al día fijado para la*

*sesión. En todo lo relacionado al quórum y a las decisiones se estará a lo dispuesto a la Ley de Compañías.*

*Art. 10.- Concurrencia.- A las sesiones de la Junta General los socios podrán concurrir personalmente o por apoderado, que en caso de no serlo por escritura pública, requerirá el poder escrito que tendrá el carácter de especial para cada sesión. Las sesiones serán presididas por el Presidente y a la falta de éste por el socio designado en cada caso y actuará como Secretario el Gerente y en su falta el socio que la Junta elija. Todos los acuerdos de la Junta General serán asentados en el correspondiente libro de actas y serán firmados por el Presidente y el Secretario de la Junta.*

*Art. 11.- Atribuciones de la Junta General.- Son atribuciones de la Junta General las siguientes: a) Designar y remover Presidente, Gerente y Administradores de la compañía; b) Señalarles sus remuneraciones, c) Nombrar Fiscalizador de la compañía y determinar la forma en que organizará la fiscalización, d) Aprobar las cuentas y los balances que presenten los Administradores y Gerentes; e) Resolver el reparto de utilidades, la formación de los fondos de reserva generales y especiales, el aumento o reducción del capital y la reforma de los estatutos; f) Acordar la prórroga o reducción del plazo de la compañía o su liquidación anticipada; g) Consentir en la cesión de las partes sociales y en la admisión de nuevos socios; h) Acordar la exclusión del socio o de los*

socios de acuerdo a las causales establecidas por la Ley; i) Resolver sobre el establecimiento de Sucursales o Agencias; j) Resolver la venta o gravamen de inmuebles de la compañía; k) Interpretar en forma obligatoria las disposiciones de estos estatutos;

*Art. 12.- Administración.- La Administración de la compañía corresponde conjuntamente al Presidente y al Gerente, no siendo necesario ser socio de la compañía para poder ser elegido para estos cargos, durarán dos años en el ejercicio de los mismos.*

*Art. 13.- Del Gerente.- El Gerente es la máxima autoridad ejecutiva de la compañía y tendrá la representación legal, judicial y extrajudicial de la misma, correspondiéndole las siguientes atribuciones: a) Convocar e intervenir como Secretario en las sesiones de la Junta General y suscribir con el Presidente las actas correspondientes; b) Suscribir los certificados de aportaciones a cada ejercicio económico; c) Administrar y representar legalmente a la compañía y obligarla en toda clase de actos y contratos del giro ordinario de la compañía, necesitando autorización de la Junta General para vender o gravar los inmuebles de ella; d) Las demás establecidas en la Ley de Compañías. A falta de Gerente, éste será subrogado por el Presidente con todas sus atribuciones hasta que la Junta General resuelva lo conveniente;*

*Art. 14.- Del Presidente.- Le corresponde conjuntamente con el Gerente la administración de la compañía y deberá suscribir las actas de la Junta General y los certificados de aportaciones;*

*Art. 15.- Reemplazo de funcionarios.- Los funcionarios elegidos por los períodos señalados en estos Estatutos continuarán en el desempeño de sus cargos hasta ser legalmente remplazados aún cuando haya vencido el plazo para el cual fueron elegidos, salvo el caso de destitución;*

*Art. 16.-Disolución de la Compañía.- Las causas de disolución de la compañía serán las determinadas por la Ley, y para su liquidación actuará como liquidador el Gerente con las atribuciones determinadas por la Ley;*

*Art. 17.- Fondo de Reserva.- La compañía formará un fondo de reserva por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, para lo cual se destinará de las utilidades líquidas de cada año cuando menos el cinco por ciento;*

*Art. 18.- Aumento de capital.- De acordarse el aumento de capital social los socios constituyentes tendrán preferencia para suscribirlo en proporción a su participación, igual preferencia tendrá la adquisición de las aportaciones del socio o socios que desearan transferirlas;*

*Art. 19.- Fiscalización.- Anualmente, la Junta General designará un Fiscalizador, que podrá ser socio o no, con derecho ilimitado de inspección y vigilancia sobre todas las operaciones sociales;*

*Art. 20.- Representación Legal de la Compañía.- De conformidad con lo establecido en el artículo décimo cuarto de estos Estatutos, la representación legal de la compañía corresponde al Gerente, y a los socios que han convenido en designar para el cargo a la accionista Srta. Jakeline Marisol Gallo Chiriboga, quien manifiesta aceptar sus cargos, quedando expresamente facultados para obtener la aprobación legal de la compañía y su respectiva inscripción.*

*Firma: El Abogado*

### **6.3.2 NIVELES ADMINISTRATIVOS**

*Es indispensable determinar un modelo de estructura administrativa, que identifique los niveles que tienen a su cargo la administración legislativa, ejecutiva, asesor, operativa y de apoyo.*

#### **a. Nivel Legislativo**

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

#### **b. Nivel Directivo**

*Constituye el segundo grado de autoridad, está conformado por el Gerente – Administrador que es nombrado por la JGA, se encarga de ejecutar las políticas dictaminadas por el nivel legislativo. Su función es Planear, Orientar y Dirigir la marcha administrativa e interpretar planes, programas y más directivas técnicas y administrativas de alto nivel y los trámites a los órganos operativos y auxiliares para su ejecución.*

#### **c. Nivel Asesor**

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

**d. Nivel Auxiliar o De Apoyo**

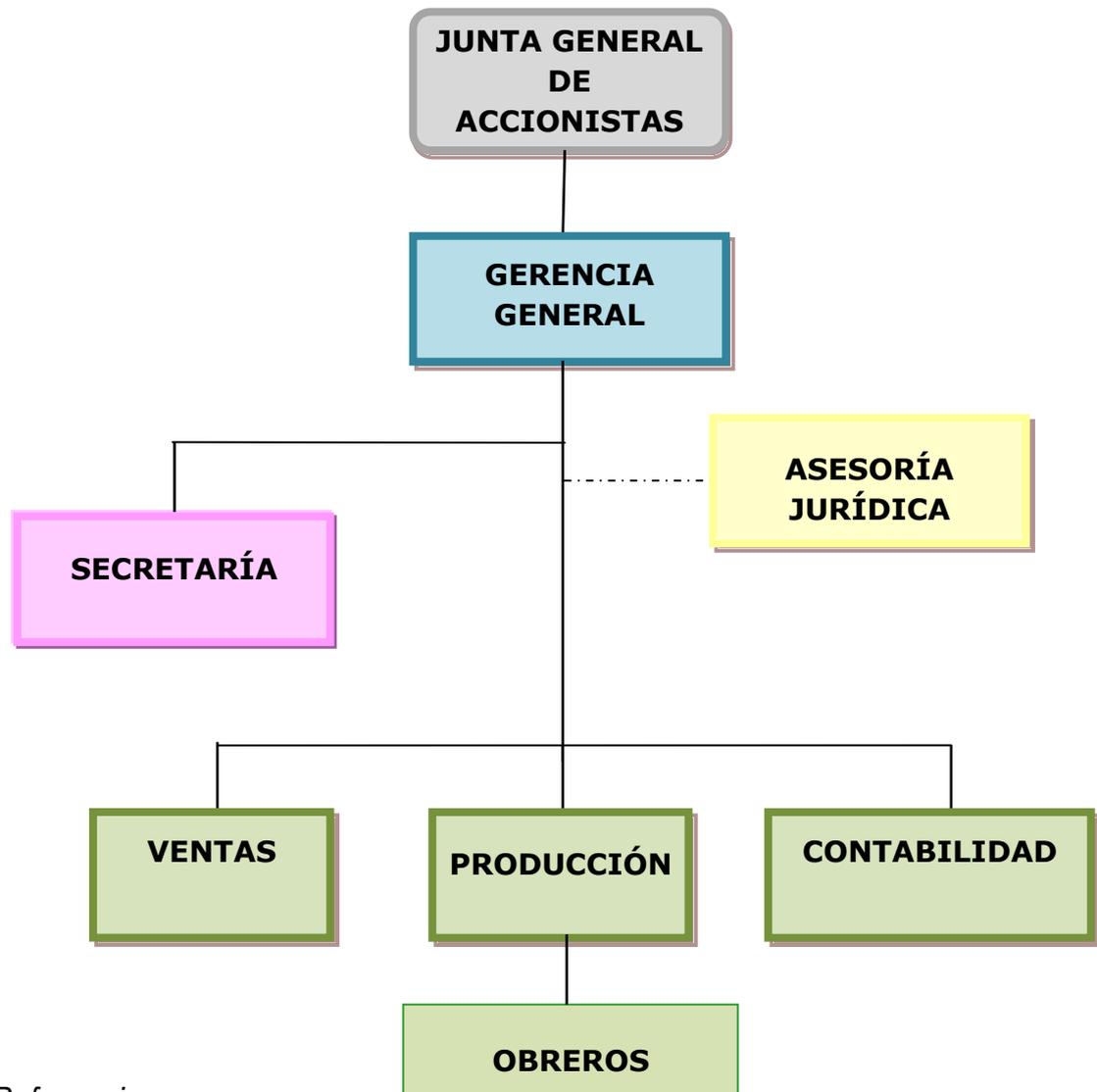
*Este nivel ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia.*

**e. Nivel Operativo**

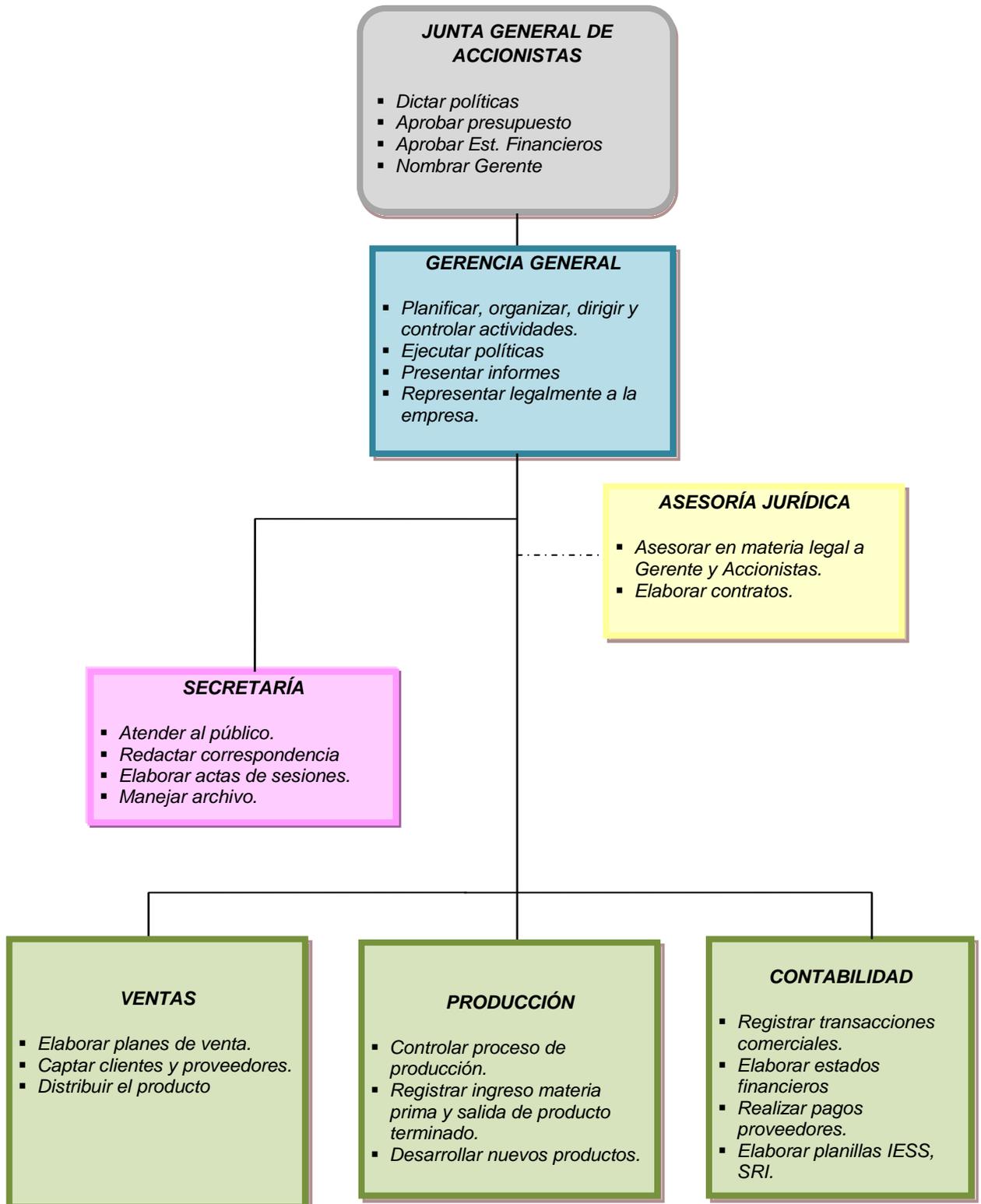
*Corresponde a todos los obreros que apoyarán en el proceso de producción de la empresa. Es quien ejecuta materialmente las órdenes emanadas por los órganos legislativo y directivo.*

**6.3.3 ORGANIGRAMAS**

*Las relaciones de autoridad y responsabilidad, que tendrá la empresa se representan a través del organigrama estructural y funcional, de la siguiente manera:*

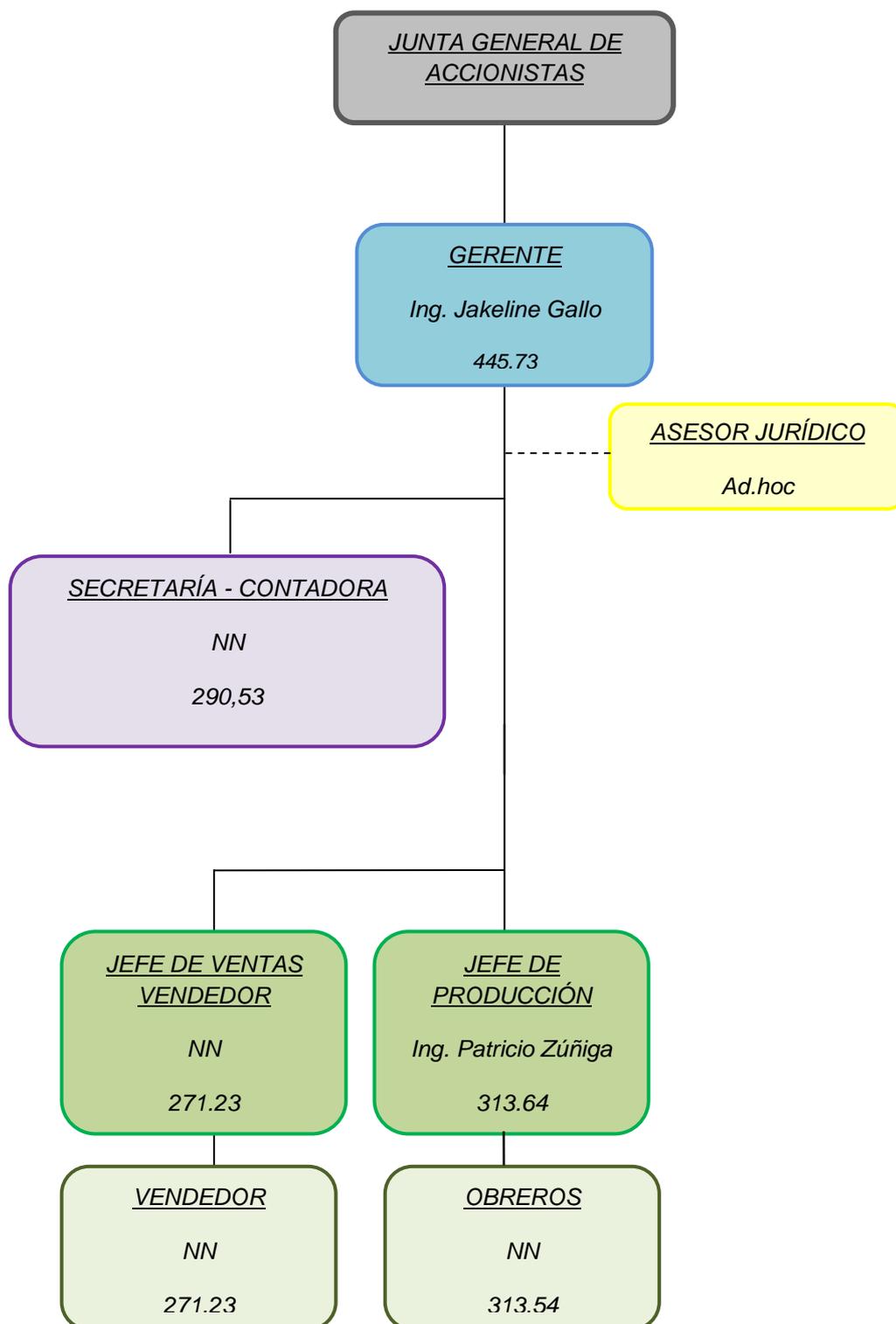
**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL****GAZU CIA. LTDA.***Referencia:*

	<i>Nivel Legislativo</i>
	<i>Nivel Ejecutivo</i>
	<i>Nivel Asesor</i>
	<i>Nivel de Apoyo</i>
	<i>Nivel Operativo</i>

**ORGANIGRAMA FUNCIONAL****GAZU CIA. LTDA.**

## GAZU CIA. LTDA.

## ORGANIGRAMA POSICIONAL



#### **6.3.4 MANUAL DE FUNCIONES**

##### **EMPRESA GAZU CIA. LTDA.**

##### **NIVEL LEGISLATIVO:**

**TÍTULO DEL PUESTO:** *Junta General de Accionistas*

**NATURALEZA DEL TRABAJO:** *Socio Capitalista*

##### **TAREAS TÍPICAS:**

- *Dictar políticas*
- *Aprobar presupuesto*
- *Aprobar estados financieros*
- *Nombrar Gerente*

##### **CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:**

- *Don de mando y responsabilidad.*

**REQUISITOS MÍNIMOS:** *No aplica*

**NIVEL EJECUTIVO:****CÓDIGO:** 001**TÍTULO DEL PUESTO:** Gerente**NATURALEZA DEL TRABAJO:** Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa.**TAREAS TÍPICAS:**

- Ejercer la representación legal de la empresa (judicial y extrajudicial).
- Administrar y gestionar los recursos materiales, económicos, humanos y tecnológicos de la organización.
- Presentar informes económicos, financiero y administrativos al nivel superior (JGA).
- Ejecutar los planes de acción trazados y disposiciones de la JGA.
- Controlar la ejecución de los planes, evaluar sus resultados para tomar acciones correctivas.
- Reclutar al recurso humano con idoneidad para la nómina de la empresa.
- Diseñar estrategias para la promoción y publicidad, así como de comercialización del producto.
- Suscribir documentos en representación de la empresa

**CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:** *El puesto requiere don de mando, liderazgo, responsabilidad económica y financiera, trabajo bajo presión, cumplimiento de metas, nivel de gestión óptimo.*

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- **Instrucción Formal:** *Superior*
- **Título:** *Ingeniero Comercial*
- **Experiencia:** *Un año en actividades afines*
- **Capacitación:** *Cursos en liderazgo, alta gerencia, manejo de paquetes informáticos*

**NIVEL ASESOR TEMPORAL:**

**CÓDIGO:** 002

**TÍTULO DEL PUESTO:** *Asesor Jurídico*

**NATURALEZA DEL TRABAJO:** *Asesorar sobre aspectos legales que incumben a la empresa.*

**TAREAS TÍPICAS:**

- *Asesorar a los accionistas y funcionarios de la empresa en los aspectos jurídicos y de carácter laboral.*
- *Elaborar contratos de trabajo.*
- *Actuar como secretario en las reuniones convocadas por la JGA.*
- *Elaborar documentos de acuerdo y compromiso con el recurso humano que comercializa el producto a través de catálogos.*
- *Las demás que por disposición superior le sean requeridas.*

**CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:** *Ética profesional, su participación es eventual, recomienda toma de acciones, no tiene poder de decisión.*

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- **Instrucción Formal:** *Superior*
- **Título:** *Abogado de los Tribunales de Justicia*
- **Experiencia:** *Dos años en funciones similares*
- **Capacitación:** *Manejo de informática básica.*

**NIVEL DE APOYO:****CÓDIGO:** 003**TÍTULO DEL PUESTO:** *Secretaria***NATURALEZA DEL TRABAJO:** *Realizar labores de redacción de documentos, archivos de correspondencia y atención al público.***TAREAS TÍPICAS:**

- *Atender al público.*
- *Brindar información a los clientes.*
- *Redactar oficios, memorando y circulares internas.*
- *Elaborar actas de reuniones de trabajo del personal de la empresa.*
- *Manejar archivo.*
- *Administración de caja chica.*
- *Las demás que por disposición superior le sean requeridas.*

**CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:** *Eficiencia, responsabilidad, lealtad y reserva sobre los asuntos internos de la organización, cumplir disposiciones del nivel superior.***REQUISITOS MÍNIMOS:**

- **Instrucción Formal:** *Media*
- **Título:** *Bachiller en Secretariado.*
- **Experiencia:** *Un año en funciones similares*
- **Capacitación:** *Manejo programas informáticos básicos, técnicas de redacción comercial, curso de relaciones humanas.*

**NIVEL OPERATIVO:**

**CÓDIGO:** 004

**TÍTULO DEL PUESTO:** JEFE DE PRODUCCIÓN

**NATURALEZA DEL TRABAJO:** Dirigir y organizar las labores de producción y mantenimiento de equipo de la empresa.

**TAREAS TÍPICAS:**

- *Cumplir disposiciones del nivel superior.*
- *Receptar la materia prima y los insumos que ingresan para su transformación.*
- *Realizar el control de calidad durante el proceso de producción.*
- *Elaborar notas de pedido de materia prima.*
- *Las demás que por disposición superior le sean requeridas.*

**CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:** *Actitud positiva, iniciativa, responsabilidad y ética profesional.*

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- **Instrucción Formal:** *Superior*
- **Título:** *Ingeniero Industrial*
- **Experiencia:** *Dos años en funciones similares*
- **Capacitación:** *Manejo de programas informáticos para producción industrial, cursos de relaciones humanas.*

**NIVEL OPERATIVO:****CÓDIGO:** 005**TÍTULO DEL PUESTO:** Jefe de Ventas**NATURALEZA DEL TRABAJO:** Diseñar estrategias de distribución y comercialización de productos.**TAREAS TÍPICAS:**

- Capacitar al personal de consultoras sobre ventas por catálogo.
- Planificar actividades de comercialización del producto.
- Establecer contactos con clientes y proveedores.
- Elaborar planes de venta.
- Captar nuevos clientes.
- Distribuir el producto.
- Las demás que por disposición superior le sean requeridas.

**CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:** Iniciativa, creatividad y don de gentes para ejecución de su trabajo.**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- **Instrucción Formal:** Superior
- **Título:** Ingeniero en Marketing y Ventas
- **Experiencia:** Un año en labores similares
- **Capacitación:** Manejo de programas informáticos de diseño gráfico, curso de relaciones humanas.

**NIVEL OPERATIVO:****CÓDIGO:** 006**TÍTULO DEL PUESTO:** Contadora**NATURALEZA DEL TRABAJO:** Ejecutar actividades contables para la emisión de estados financieros.**TAREAS TÍPICAS:**

- *Elabora conciliaciones bancarias.*
- *Elabora roles de pago.*
- *Registro y mantenimiento de kárdex de suministros y materiales.*
- *Elabora órdenes de compra y pago a proveedores.*
- *Consolida, revisa y verifica que las facturas se encuentren debidamente legalizadas.*
- *Archivo, mantenimiento y custodia de los contables diarios.*
- *Elaborar planillas IESS, SRI.*
- *Las demás que por disposición superior le sean requeridas.*

**CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:** Eficiencia, responsabilidad y ética profesional.**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- **Instrucción Formal:** Superior
- **Título:** Contadora
- **Experiencia:** Un año en funciones similares
- **Capacitación:** Manejo de sistema informático contable, Conocimiento de leyes tributarias y laborales.

**NIVEL OPERATIVO:****CÓDIGO:** 007**TÍTULO DEL PUESTO:** Obrero**NATURALEZA DEL TRABAJO:** *Ejecutar las actividades del proceso de producción asignadas por el nivel superior.***TAREAS TÍPICAS:**

- *Ordenar y almacenar la materia prima que ingresa a producción.*
- *Efectuar las labores de envasado y embalaje del producto.*
- *Realizar la limpieza del equipo e instalaciones al finalizar tareas.*
- *Custodiar y velar por la conservación, así como el buen uso del equipo y materiales asignados a su cargo.*
- *Las demás que por disposición superior le sean requeridas.*

**CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:** *No aplica***REQUISITOS MÍNIMOS:**

- **Instrucción Formal:** *Media*
- **Título:** *Bachiller en cualquier rama*
- **Experiencia:** *No indispensable*
- **Capacitación:** *No indispensable.*

## **6.4. ESTUDIO FINANCIERO**

*El Estudio Financiero determinan cual será el monto total de la inversión y el financiamiento que se puede realizar, esto se hace en función de los requerimientos de recursos humanos, materiales, físicos necesarios para poder cubrir la capacidad instalada de producción durante un ejercicio económico y a lo largo de la vida útil de la empresa.*

*El Estudio Financiero comprende:*

### **6.4.1. Inversión del proyecto**

*Constituye los desembolsos de dinero que son necesarios para la puesta en marcha de la empresa. La sistematización de esta información cuantifica la inversión en los activos que requiere el proyecto y el monto de capital de trabajo inicial para la puesta en marcha de la unidad económica, por lo tanto se tomará en cuenta:*

#### **a. Activos Fijos**

#### **TERRENOS**

*El terreno a adquirirse en el Cantón Loja, Parque Industrial comprende un área de 110 m<sup>2</sup>, siendo las dimensiones de 10 m.de frente por 11 m.de fondo. En el cuadro siguiente se indica los detalles del costo del terreno.*

**CUADRO Nº 32A**  
**TERRENOS**

<b>DETALLE</b>	<b>ÁREA</b>	<b>COSTOm2</b>	<b>COSTO TOTAL \$</b>
<i>Terreno de 110 m<sup>2</sup>, con topografía plana.</i>	<i>110 m<sup>2</sup></i>	<i>50,00</i>	<i>5.500,00</i>
<b>TOTAL:</b>			<b>5.500,00</b>

*Fuente: I. Municipio de Loja.*

*Elaboración: Los Autores*

***Instalaciones y adecuaciones del local***

*Las construcciones y adecuaciones comprenden: construcción de instalaciones para el área administrativa, bodegas, vivienda para el guardián, nave industrial y, el cerramiento con bloque de la totalidad del terreno.*

*Los costos por construcción e instalaciones según la Cámara de Construcciones de Loja se cobra un promedio de 120 dólares el metro cuadrado de construcción sin loza, es decir en estructura metálica y cerramiento del mismo material, lo cual suman un valor de \$ 13.200,00.*

**CUADRO Nº 32B**  
**CONSTRUCCIÓN E INSTALACIÓN**

<b>DETALLE</b>	<b>ÁREA</b>	<b>COSTOm2</b>	<b>COSTO TOTAL \$</b>
<i>Construcción e Instalación</i>	<i>110 m<sup>2</sup></i>	<i>120</i>	<i>13200</i>
<b>TOTAL:</b>			<b>13.200</b>

**Maquinaria**

La Maquinaria requerida para la puesta en marcha del proyecto se describe en el siguiente cuadro:

**CUADRO N° 33****MAQUINARIA**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V/. UNITARIO</b>	<b>V/. TOTAL</b>
Mezcladora	2	1.420,00	2.840,00
Envasadora	1	3.416,00	3.416,00
Etiquetadora	1	1.914,00	1.914,00
<b>TOTAL</b>			<b>8.170,00</b>

*Fuente:* Importadora Sandos, Quito Ecuador.

*Elaborado por:* Los Autores

**Herramientas**

Las herramientas a requerirse para el mantenimiento de los equipos e instalaciones es la siguiente:

**CUADRO N° 34****HERRAMIENTAS**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO \$</b>	<b>COSTO TOTAL \$</b>
Juego de herramientas	2	135,00	270,00
<b>TOTAL:</b>			<b>270,00</b>

*FUENTE:* Cotización almacenes de la ciudad de Loja

*ELABORACIÓN:* Los Autores.

**VEHÍCULO**

Se adquirirá un vehículo, cuyas características son las siguientes:

**CUADRO N° 35****VEHÍCULO**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO \$</b>	<b>COSTO TOTAL \$</b>
<i>Camioneta Mazda BT50</i>	1	17.200,00	17.200,00
<b>TOTAL:</b>			17.200,00

**FUENTE:** Cotización Mazda centro (Loja-Car)

**ELABORACIÓN:** Los Autores.

**MOBILIARIO DE PLANTA**

El detalle del mobiliario de planta considerando el proceso de producción a efectuarse es el siguiente:

**CUADRO N° 36****MOBILIARIO DE PLANTA**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO \$</b>	<b>COSTO TOTAL \$</b>
<i>Mesas grandes de madera</i>	3	175,00	525,00
<i>Perchas medianas</i>	2	214,00	428,00
<i>Sillas</i>	4	16,00	64,00
<b>TOTAL:</b>			1.017,00

**FUENTE:** Cotización Almacenes de la ciudad

**ELABORACIÓN:** Los Autores

**MOBILIARIO DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS**

El requerimiento de mobiliario necesario para administración y ventas es el siguiente:

**CUADRO N° 37****MOBILIARIO DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO</b>	<b>COSTO TOTAL \$</b>
<i>Escritorio tipo Gerente con sillón</i>	1	120,00	120,00
<i>Escritorio tipo secretaria con sillón</i>	2	115,00	230,00
<i>Archivador de hierro</i>	1	180,00	180,00
<i>Sillas de plásticas</i>	6	20,00	120,00
<b>TOTAL:</b>			<b>650,00</b>

**FUENTE:** Cotización Almacenes de la ciudad

**ELABORACIÓN:** Los Autores

**EQUIPO DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS**

El equipo de administración requerido tiene el siguiente detalle:

**CUADRO N° 38****EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO \$</b>	<b>COSTO TOTAL \$</b>
<i>Computador Core Duo</i>	3	890,00	2.670,00
<i>Impresoras</i>	3	75,00	225,00
<b>TOTAL:</b>			<b>2.895,00</b>

**FUENTE:** Cotización Master PC

**ELABORACIÓN:** Los Autores

**CUADRO N° 39****EQUIPO DE OFICINA**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO \$</b>	<b>COSTO TOTAL \$</b>
Teléfono	1	120,00	120,00
Sumadora	1	60,00	60,00
<b>TOTAL:</b>			180,00

**FUENTE:** Cotización Master PC

**ELABORACIÓN:** Los Autores

**PERSONAL DE OPERACIÓN**

*El personal operativo a utilizarse es el siguiente:*

**CUADRO N° 40****PERSONAL DE OPERACIÓN**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>
Obreros	3

**FUENTE:** Anexo N° 3.2.

**ELABORACIÓN:** Los Autores

**PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS:**

*El personal para el área de administración y ventas es el siguiente:*

**CUADRO N° 41****PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>
<i>Gerente</i>	1
<i>Vendedor</i>	1
<i>Secretaria Contadora</i>	1
<i>Guardián</i>	1
<i>Asesor Jurídico Ad-Hoc</i>	1

**ELABORACIÓN:** Los Autores

**MATERIALES DIRECTOS**

Para determinar los materiales directos, primeramente se ha calculado las cantidades de materia prima e ingredientes para producir 83.200 tarros de sopas instantáneas cuyo detalle es el siguiente:

**CUADRO N° 42****CANTIDADES DE MATERIA PRIMA DIRECTA**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<i>Fideos</i>	<i>Kg.</i>	3,210	2.51	8057.10
<i>Vegetales deshidratados</i>	<i>Kg.</i>	5,231	1.30	6800.30
<i>Jamón</i>	<i>Kg.</i>	15	4.10	61.50
<i>Aceite Ajonjolí</i>	<i>Lit.</i>	21	2.20	46.20
<b>TOTAL</b>				<b>14965.1</b>

**FUENTE:** Investigación Directa

**ELABORACIÓN:** Los Autores

Las cantidades de materiales directos para los 10 años de vida útil del proyecto son los siguientes.

### **MATERIALES INDIRECTOS**

Los materiales indirectos a requerirse en el proceso de producción son los siguientes.

#### **CUADRO N° 43**

#### **MATERIALES INDIRECTOS**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<i>Embases</i>	83200	0,07	5824
<i>Cucharas plásticas</i>	83200	0,031	2579,2
<i>Etiquetas</i>	83200	0,0062	515,84
<i>Plástico (exterior)</i>	1230	0,21	258,3
<b>TOTAL</b>			<b>9177,34</b>

**FUENTE:** Cotización en la ciudad de Cuenca y Loja

**ELABORACIÓN:** Los Autores

### **6.4.2. INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO**

#### **6.4.2.1 INVERSIONES**

La estructura de las inversiones del proyecto se ha desglosado en activos fijos, activos diferidos y capital de operación.

**Activos Fijos.-** Constituyen todas las inversiones que se encuentran sujetas a depreciación. En el proyecto alcanzan un total de \$ 49.082,00.

**Activos Diferidos.-** Son los activos intangibles y deben ser amortizados durante el funcionamiento del proyecto. En el proyecto suma un total de \$ 2.782,50.

**Capital de Trabajo.-** Está compuesto por todos los rubros que son necesarios para el proceso de producción del proyecto, siendo: materia prima directa, mano de obra directa, costos generales de producción, gastos de administración y ventas e imprevistos. En el presente proyecto este capital de operación se ha estimado para un mes, y alcanza un total de \$ 5.175,78.

El detalle por rubros de las inversiones se puede observar en el siguiente cuadro.

## CUADRO N° 44

## INVERSIONES DEL PROYECTO

DESCRIPCIÓN	N° CUADRO Y/O ANEXO	VALOR USD	%
<b>ACTIVOS FIJOS:</b>			
Terrenos	Cuadro 32A	5.500,00	
Construcción e Instalación	Cuadro 32B	13.200,00	
Maquinaria	Cuadro 33	8170,00	
Herramientas	Cuadro 34	270,00	
Vehículo	Cuadro 35	17.200,00	
Mobiliario de Planta	Cuadro 36	1.017,00	
Mobiliario de Administración y Ventas	Cuadro 37	650,00	
Equipo de Computación	Cuadro 38	2.895,00	
Equipos de Oficina	Cuadro 39	180,00	
Subtotal:		49.082,00	86,05%
<b>ACTIVOS DIFERIDOS:</b>			
Elaboración del proyecto		850,00	
Gastos de Constitución Legal		800,00	
Costos de Montaje		1.000,00	
Imprevistos 5%		132,50	
Subtotal:		2.782,50	4,88%
<b>CAPITAL DE TRABAJO (Un mes)</b>			
Materia Prima Directa	Anexo 3	1.247,09	
Mano de Obra Directa		940,62	
Costos Generales Producción		1.457,49	
Gastos de Administración y Ventas		1.379,83	
Imprevistos 3%		150,75	9,07%
Subtotal:		5.175,78	
<b>TOTAL:</b>		<b>57.040,28</b>	<b>100</b>

ELABORACIÓN: Los Autores

*Las inversiones totales del proyecto suman un valor de \$ 57.040,28. De este total el activo fijo significa el 86,05%, el diferido representa el 4,88% y el capital de Trabajo le corresponde el 9,07%.*

#### **6.4.2.2. FINANCIAMIENTO**

*El financiamiento del proyecto será con aportes propios de los inversionistas y con un crédito de la Línea Credimicro de la Corporación Financiera Nacional.*

*El crédito a solicitarse será para un plazo de 10 años, con el 14% de Tasa Activa Efectiva Referencial Comercial PYMES (para el mes de enero de 2010), interés anual y cuotas semestrales de amortización.*

*Del total de la inversión los aportes propios suman un valor de \$ 37.040,28 que representa el 64,94%; y el crédito de la Línea Credimicro CFN un valor de \$20.000,00 que significa el 35,06%.*

#### **6.4.3. COSTOS E INGRESOS**

##### **6.4.3.1. COSTOS**

*El proceso de producción comprende una serie de gastos y costos, cuya sumatoria corresponde al costo total de producción. El objeto de presupuestar los costos totales de producción es con la finalidad de*

*calcular los costos unitarios de producción, mismos que permiten establecer el precio de venta a nivel de fábrica.*

#### **6.4.3.2. PRESUPUESTO DE OPERACIÓN**

*El presupuesto de operación está integrado por el costo primo que comprende la materia prima y mano de obra directa; los costos generales de producción, costos de operación y financieros.*

*La presupuestación de estos costos requieren ser proyectados para la vida útil estimada del proyecto, por lo que se debe considerar dicha proyección tomando en cuenta la tasa de inflación anual que el INEC haya oficialmente calculado, de acuerdo a la situación económica y perspectivas del periodo en el cual se va a realizar este presupuesto.*

*Para el efecto se ha considerado una tasa de inflación del 4,08% acumulada a enero de 2010. En el siguiente cuadro se presenta este presupuesto.*

**CUADRO N° 45**  
**PRESUPUESTO DE OPERACIÓN**

DESCRIPCIÓN	ANEX. N°	AÑOS									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>COSTO PRIMO</b>											
Materia Prima Directa	3.1	14.965,10	15575,68	16211,16	16872,58	17560,98	18277,47	19023,19	19799,34	20607,15	21447,92
Mano Obra Directa	3.2	11.287,44	11747,97	10.861,86	11.222,46	11.595,06	11.980,02	12.377,76	12.788,70	13.213,29	13.651,98
<b>SUBTOTAL:</b>		<b>26252,54</b>	<b>27323,64363</b>	<b>27073,02</b>	<b>28095,04</b>	<b>29156,04</b>	<b>30257,49</b>	<b>31400,95</b>	<b>32588,04</b>	<b>33820,44</b>	<b>35099,90</b>
<b>COSTOS GEN. PRODUCCIÓN</b>											
Materia Prima Indirecta	3.3.1	9.177,34	9.551,78	9.941,49	10.347,10	10.769,26	11.208,65	11.665,96	12.141,93	12.637,32	13.152,93
Servicios Básicos	3.3.2	408	424,65	441,97	460,00	478,77	498,31	518,64	539,80	561,82	584,74
Reparación y Mantenimiento	3.3.3	2.524,60	2.627,60	2.734,81	2.846,39	2.962,52	3.083,39	3.209,20	3.340,13	3.476,41	3.618,25
Amortización Activo Diferido	3.3.4	278,25	278,25	278,25	278,25	278,25	278,25	278,25	278,25	278,25	278,25
Depreciación Activos Planta	3.3.5	5.101,70	5.101,70	5.101,70	5.101,70	5.101,70	5.101,70	5.101,70	5.101,70	5.101,70	5.101,70
<b>SUBTOTAL:</b>		<b>17.489,89</b>	<b>17.983,98</b>	<b>18.498,22</b>	<b>19.033,45</b>	<b>19.590,51</b>	<b>20.170,30</b>	<b>20.773,74</b>	<b>21.401,81</b>	<b>22.055,50</b>	<b>22.735,87</b>
<b>COSTO DE OPERACIÓN</b>											
<b>GASTOS DE ADM. Y VENTAS</b>											
Personal de Adm. y Ventas	3.4.1	15.343,44	15.969,45	16.621,01	17.299,14	18.004,95	18.739,55	19.504,12	20.299,89	21.128,13	21.990,16
Suministros de Adm. y V.	3.4.2	736	766,03	797,28	829,81	863,67	898,91	935,58	973,75	1.013,48	1.054,83
Publicidad-Promoción	3.4.3	420	437,14	454,97	473,53	492,85	512,96	533,89	555,67	578,35	601,94
Depreciación Act. Adm. y V.	3.4.4	58,5	58,5	58,5	58,5	58,5	58,5	58,5	58,5	58,5	58,5
<b>SUBTOTAL:</b>		<b>16.557,94</b>	<b>17.231,12</b>	<b>17.931,76</b>	<b>18.660,99</b>	<b>19.419,97</b>	<b>20.209,92</b>	<b>21.032,10</b>	<b>21.887,82</b>	<b>22.778,46</b>	<b>23.705,43</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>											
Intereses	4	2.730,00	2.450,00	2.170,00	1.890,00	1.610,00	1.330,00	1.050,00	770,00	490,00	210,00
<b>SUBTOTAL:</b>		<b>2.730,00</b>	<b>2.450,00</b>	<b>2.170,00</b>	<b>1.890,00</b>	<b>1.610,00</b>	<b>1.330,00</b>	<b>1.050,00</b>	<b>770,00</b>	<b>490,00</b>	<b>210,00</b>
<b>TOTAL:</b>		<b>63.030,37</b>	<b>64.988,74</b>	<b>65.673,00</b>	<b>67.679,47</b>	<b>69.776,52</b>	<b>71.967,71</b>	<b>74.256,79</b>	<b>76.647,67</b>	<b>79.144,40</b>	<b>81.751,20</b>

**FUENTE:** Anexos del 3 al 4

**Elaboración:** Los Autores

Para el primer año de funcionamiento del proyecto el presupuesto de operación suma un valor de \$ 63.030,37, y en el décimo año el valor estimado asciende a \$81.751.20

#### 6.4.3.3. COSTOS UNITARIOS

Los costos unitarios se obtienen al dividir el presupuesto de operación de cada periodo, para el volumen de producción. Para calcular el costo unitario en el primer año, se sigue el siguiente procedimiento.

<p>Presupuesto de Operación (Año 1)</p> <p>COSTO UNITARIO = -----</p> <p>Nº de sopas instantáneas (Año 1)</p>
---

$$\begin{aligned}
 & 63.030,37 \\
 & = \text{-----} \\
 & 83.200 \\
 & = 0,76
 \end{aligned}$$

El costo unitario de producción de un envase de 120gr. De sopa instantánea resulta ser de \$0,76 para el primer año.

Similar procedimiento se sigue para calcular los costos unitarios de los demás años.

En el cuadro siguiente se indica se presenta los costos unitarios para los diez años de vida útil del proyecto.

**CUADRO N° 46**  
**COSTOS UNITARIOS**

<b>AÑOS</b>	<b>PRESUPUESTO DE OPERACIÓN</b>	<b>VOLUMEN DE PRODUCCIÓN</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>
1	63.030,37	83200	0,75757656
2	64.988,74	88400	0,73516674
3	65.673,00	93600	0,70163462
4	67.679,47	98800	0,68501488
5	69.776,52	98800	0,70624008
6	71.967,71	98800	0,72841812
7	74.256,79	98800	0,75158694
8	76.647,67	98800	0,77578613
9	79.144,40	98800	0,80105668
10	81.751,20	98800	0,82744130

**ELABORACIÓN:** Los Autores

**FUENTE:** Cuadros N° 30 y 45

El costo unitario de un envase de 120 gr. de sopa instantánea resulta ser de \$0,76, para el primer año, en el décimo año será de \$ 0,83.

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

*Los costos totales generalmente se los clasifican o subdivide en costos fijos y costos variables.*

*Los costos fijos se definen como aquellos que permanecen sin variación, aunque aumente o disminuya el volumen de producción. Los costos variables varían de acuerdo con el aumento o disminución de la producción.*

*En los siguientes cuadros se puede observar los costos fijos y variables del proyecto.*

## CUADRO N° 47

## COSTOS FIJOS Y VARIABLES

DESCRIPCIÓN	ANEXO N°	1		5		10	
		FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
<b>COSTO PRIMO</b>							
Materia Prima Directa	3.1		14.965,10		17560,98		21.447,92
Personal de Operación	3.2		11.287,44		11.595,06		13.651,98
<b>SUBTOTAL:</b>			26.252,54		29.156,04		35.099,90
<b>COSTOS GEN. PRODUCCIÓN</b>							
Materia Prima Indirecta	3.3.1		9.177,34		10.769,26		13.152,93
Servicios Básicos	3.3.2		408		478,77		584,74
Reparación y Mantenimiento	3.3.3		2.524,60		2.962,52		1.783,12
Amortización Activo Diferido	3.3.4	278,25		278,25		278,25	
Depreciación Activos Planta	3.3.5	5.101,70		5.101,70		5.101,70	
<b>SUBTOTAL:</b>		5.379,95	12.109,94	5.379,95	14.210,55	5.379,95	15.520,79
<b>COSTO DE OPERACIÓN</b>							
<b>GASTOS DE ADM. Y VENTAS</b>							
Personal de Adm. y Ventas	3.4.1	15.343,44		18.004,95		21.990,16	
Suministros de Adm. y V.	3.4.2		736		863,67		1.054,83
Publicidad-Promoción	3.4.3		420		492,85		601,94
Depreciación Act. Adm. y V.	3.4.4	58,5		58,5		58,5	
<b>SUBTOTAL:</b>		15.401,94	1.156,00	18.063,45	1.356,52	22.048,66	1.656,77
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>							
Intereses	4	2.730,00		1.610,00		210,00	
<b>SUBTOTAL:</b>		2.730,00		1.610,00		210,00	
<b>TOTAL:</b>		23.511,89	39.518,48	25.053,40	44.723,11	27.638,61	52.277,46

FUENTE: Anexos del 3 al 4

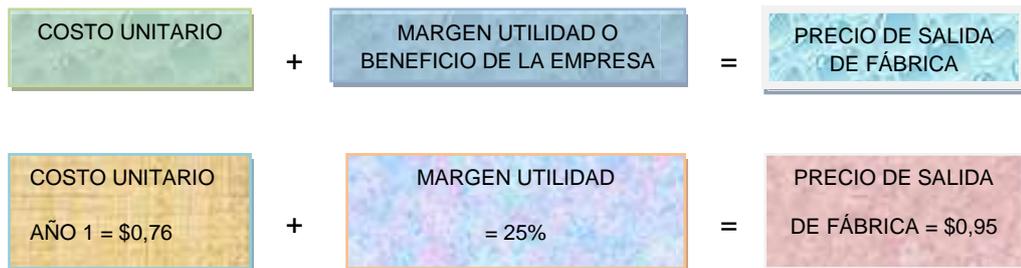
ELABORACIÓN: Los Autores

Los costos fijos en el primer año suman un valor de \$ 23.511,89 y los variables \$39.518,48, en el décimo año los costos fijos serán de \$27.638,61 y los variables \$52.277,46.

#### 6.4.4. INGRESOS

En el proyecto los ingresos serán generados por la venta de la producción de sopas instantáneas, cuya presentación será en envases de 120 gr.

El precio de venta ha sido estimado adicionando al costo unitario de producción el 25% de margen de utilidad, considerando que este margen brindará a los inversionistas una rentabilidad aceptable para sus capitales. Además se ha tomado en cuenta que el precio de venta es competitivo con productos similares o sucedáneos en el mercado.



Los ingresos son el resultado de multiplicar los precios de venta a nivel de empresa por los volúmenes de producción de cada periodo.

Los ingresos de cada periodo se pueden observar en el siguiente cuadro, de acuerdo al programa de producción.

**CUADRO N° 48**  
**PRESUPUESTO DE INGRESOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1			2			3			4			5		
	CANT.	PRECIO UNIT.	VALOR TOTAL	CANTID	PRECIO UNIT.	VALOR TOTAL	CANT.	PRECIO UNIT.	VALOR TOTAL	CANT.	PRECIO UNIT.	VALOR TOTAL	CANT.	PRECIO UNIT.	VALOR TOTAL
Sopa instantánea	83.200	0,95	79.040,00	88.400	0,93	82.212,00	93.600	0,88	82.368,00	98.800	0,86	84.968,00	98.800	0,89	87.932,00
TOTAL:			79.040,00			82.212,00			82.368,00			84.968,00			87.932,00

DESCRIPCIÓN	6			7			8			9			10		
	CANT.	PRECIO UNIT.	VALOR TOTAL												
Sopa instantánea	98.800	0,91	89.908,00	98.800	0,94	92.872,00	98.800	0,98	96.824,00	98.800	1	98.800,00	98.800	1,04	102.752,00
TOTAL:			89.908,00			92.872,00			96.824,00			98.800,00			102.752,00

**ELABORACIÓN:** Los Autores

**NOTA:** El margen de utilidad agregado a los costos unitarios es el 25%

Los ingresos en el primer año suman \$.79.040,00, en el décimo año alcanzarán \$.102.752,00.

#### **6.4.5. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

*El estado de pérdidas y ganancias o también denominado rentas y gastos es un documento en el cual se presenta la proyección de los ingresos y deducciones como costos, reparto de utilidades, impuestos, reserva legal, entre otros.*

*Tiene como objetivo el de estimar las utilidades o pérdidas que pueden generarse en los años de vida útil del proyecto. En el proyecto el procedimiento que se ha seguido para determinar las ganancias o utilidades en cada uno de los años es el siguiente:*

*INGRESOS POR VENTAS*  
*( - ) Costo Primo*  
*( = ) Utilidad en Ventas*  
*( - ) Costo de Operación*  
*( = ) Utilidad en Operaciones*  
*( - ) 15% Reparto Trabajadores*  
*(=) Utilidad antes de Impuestos*  
*( - ) 25% Imp. Renta*  
*(=) Utilidad antes de Reserva Legal*  
*( - ) 10% Reserva Legal*  
*UTILIDAD NETA:*

*En el primer año se obtiene una utilidad neta de \$9.695,83, en el décimo año esta utilidad será de \$12.718,61. En el siguiente cuadro se puede observar la determinación de las ganancias del proyecto.*

**CUADRO N° 45**  
**ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS**

<b>PERIODOS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
<b>Ingresos por ventas</b>	79.040,00	82.212,00	82.368,00	84.968,00	87.932,00	89.908,00	92.872,00	96.824,00	98.800,00	102.752,00
<b>( - ) Costo Total</b>	63.030,37	64.988,74	65.673,00	67.679,47	69.776,52	71.967,71	74.256,79	76.647,67	79.144,40	81.751,20
<b>( = ) Utilidad Bruta Ventas</b>	16.009,63	17.223,26	16.695,00	17.288,53	18.155,48	17.940,29	18.615,21	20.176,33	19.655,60	21.000,80
<b>( - ) 15% Utilidad de Trabajadores</b>	2.401,44	2.583,49	2.504,25	2.593,28	2.723,32	2.691,04	2.792,28	3.026,45	2.948,34	3.150,12
<b>( = ) Utilidad Antes Impuesto a la Renta</b>	13.608,19	14.639,77	14.190,75	14.695,25	15.432,16	15.249,25	15.822,93	17.149,88	16.707,26	17.850,68
<b>( - ) 25% Impuesto a la renta</b>	3.402,05	3.659,94	3.547,69	3.673,81	3.858,04	3.812,31	3.955,73	4.287,47	4.176,82	4.462,67
<b>( = ) Utilidad Liquida ejercicio</b>	10.206,14	10.979,83	10.643,06	11.021,44	11.574,12	11.436,93	11.867,20	12.862,41	12.530,45	13.388,01
<b>( - ) 10% reserva Legal</b>	1.020,61	1.097,98	1.064,31	1.102,14	1.157,41	1.143,68	1.186,72	1.286,24	1.253,05	1.338,80
<b>( = ) Utilidad Neta Para Socios</b>	9.185,53	9.881,85	9.578,75	9.919,30	10.416,71	10.293,25	10.680,48	11.576,17	11.277,40	12.049,21

Elaboración: Los Autores

### 6.4.6. Determinación del Punto de Equilibrio

*El punto de equilibrio se interpreta como el nivel de ingresos o de operación (Porcentaje de Capacidad Utilizada), en el cual la empresa no obtendrá ni utilidades ni pérdidas. Es además un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como punto muerto por que en el no hay ni pérdidas ni ganancias.*

*El punto de equilibrio se puede calcular mediante dos métodos:*

- *Matemáticamente (En función de las ventas y en función de la capacidad de la planta).*
- *A través de un grafico*

*Para efecto del presente análisis se ha realizado el cálculo para el primero y quinto año de vida útil del proyecto.*

#### 6.4.6.1. Cálculo del Punto de Equilibrio para el 1er año

**MATEMÁTICAMENTE:**

**\* PE en función de la Capacidad Instalada**

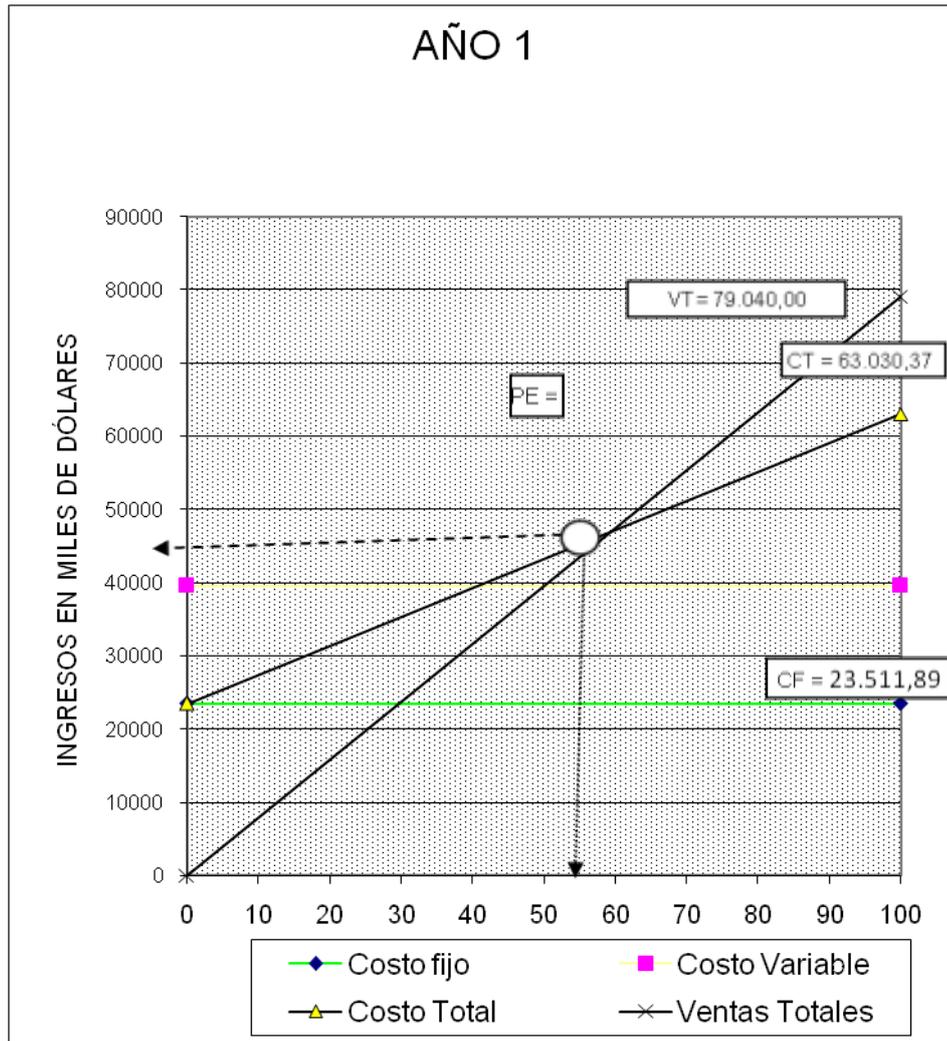
$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{23511,89}{79040,00 - 39518,48} * 100 = \mathbf{59,49\%}$$

**\* PE en función de los Ingresos (Ventas)**

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{23511,89}{1 - \frac{39518,48}{79040,00}} = \mathbf{47021,97 \text{ dólares}}$$

2. Método Gráfico

PUNTO DE EQUILIBRIO  
EN FUNCION DE LAS VENTAS Y  
CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: Los Autores

### 6.4.6.2. Cálculo del Punto de Equilibrio para el Quinto Año

**MATEMÁTICAMENTE:**

\* **PE en función de la Capacidad Instalada**

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{25053,40}{87932,00 - 44723,11} * 100 = \mathbf{57,98\%}$$

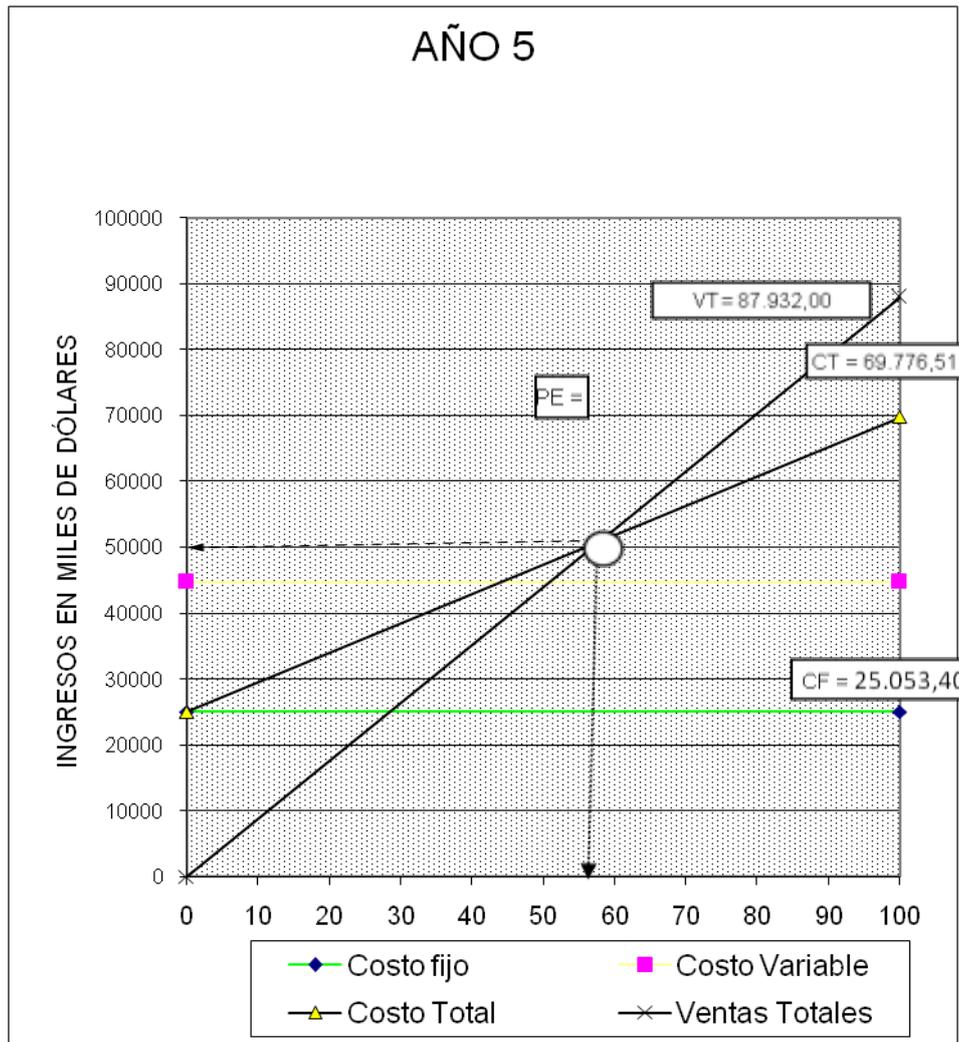
\* **PE en función de los Ingresos (Ventas)**

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{25053,40}{1 - \frac{44723,11}{87932,00}} = \mathbf{50.984,78 \text{ dólares}}$$

*Este porcentaje significa que la empresa al utilizar el 57,98% de la capacidad utilizada no obtiene ni pérdidas ni ganancias.*

2. Método Gráfico

PUNTO DE EQUILIBRIO  
EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS Y  
CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACIÓN: Los Autores

### 6.4.6.3. *Calculo del Punto de Equilibrio para el Décimo Año*

**MATEMÁTICAMENTE:**

**\* PE en función de la Capacidad Instalada**

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{27638,61}{102752,00 - 52277,46} * 100 = \mathbf{54,76\%}$$

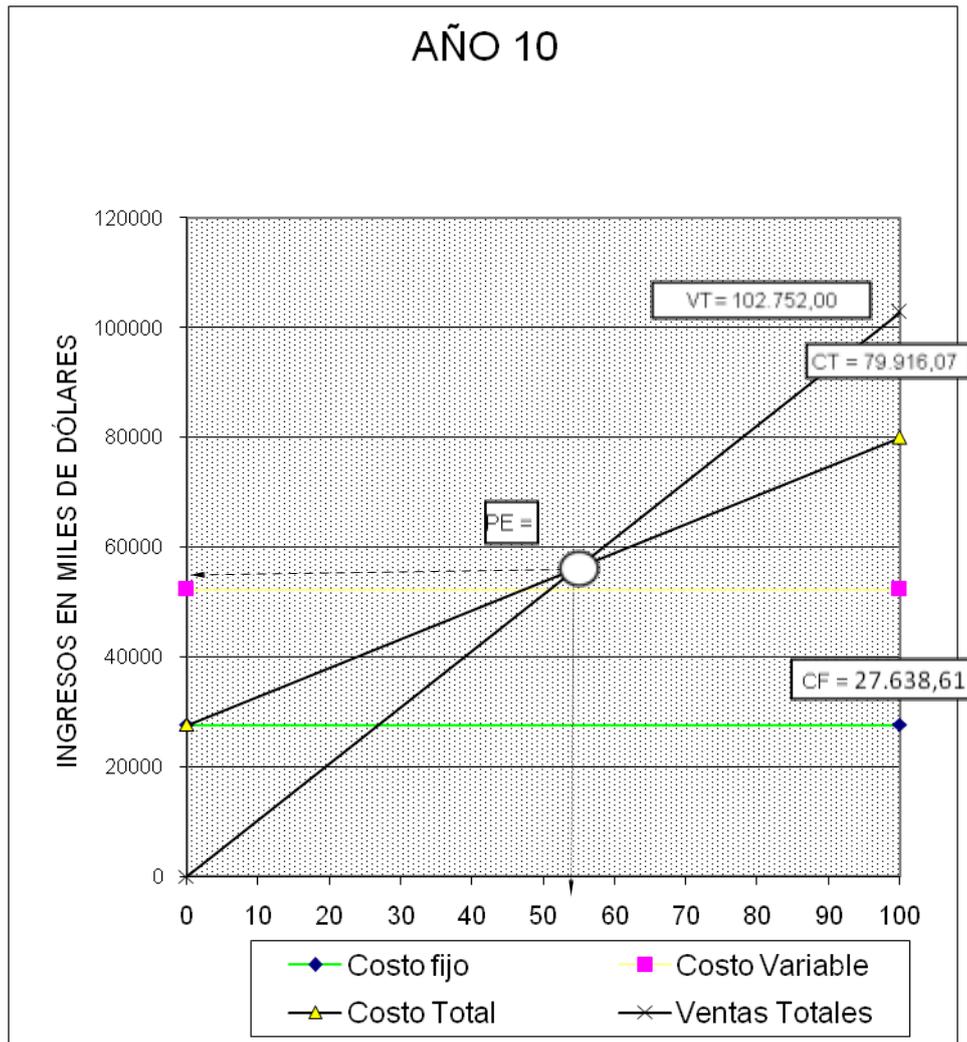
**\* PE en función de los Ingresos (Ventas)**

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{27638,61}{1 - \frac{52277,46}{102752,00}} = \mathbf{56.264,45 \text{ dólares}}$$

*Este porcentaje significa que la empresa al utilizar el 54,76% de la capacidad utilizada no obtiene ni pérdidas ni ganancias*

## 2. Método Gráfico

### PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACIÓN: Los Autores

#### **6.4.7. Flujo de Caja**

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

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

*Los flujos de caja se evalúan en lugar de establecer figuras contables en razón de que no son estos los que afectan a la capacidad de la empresa para pagar cuentas o compras de activos. El detalle de cada uno de los años se puede observar en el siguiente cuadro.*

**CUADRO Nº 46****FLUJO DE CAJA**

AÑO	VENTAS	INGRESOS		DESCUENTOS				FLUJO
		OTRO INGRESOS	TOTAL	COSTOS	INVERSION	REPARTICION	TOTAL	NETO
		VALOR RESIDUAL	INGRESOS			UTILIDADES	EGRESOS	DESCONTADO
0					-57.040,28			-57.040,28
1	79.040,00		79.040,00	63.030,37		2.401,44	65.431,81	13.608,19
2	82.212,00		82.212,00	64.988,74		2.583,49	67.572,23	14.639,77
3	82.368,00	643,37	83.011,37	65.673,00		2.504,25	68.177,25	14.834,12
4	84.968,00		84.968,00	67.679,47		2.593,28	70.272,75	14.695,25
5	87.932,00	3.096,00	91.028,00	69.776,52		2.723,32	72.499,84	18.528,16
6	89.908,00	643,37	90.551,37	71.967,71		2.691,04	74.658,75	15.892,62
7	92.872,00		92.872,00	74.256,79		2.792,28	77.049,07	15.822,93
8	96.824,00		96.824,00	76.647,67		3.026,45	79.674,12	17.149,88
9	98.800,00	643,37	99.443,37	79.144,40		2.948,34	82.092,74	17.350,63
10	102.752,00	1.362,33	104.114,33	81.751,20		3.150,12	84.901,32	19.213,01
<b>TOTAL</b>	<b>897.676,00</b>	<b>6.388,44</b>	<b>904.064,44</b>	<b>714.915,87</b>		<b>27.414,01</b>	<b>742.329,88</b>	<b>104.694,28</b>

#### **6.4.8 Evaluación Financiera**

*La Evaluación Financiera pretende medir objetivamente ciertas magnitudes cuantitativas que resulten del estudio del proyecto, así como la rentabilidad que puede generar cada uno de los inversionistas tiene la función de medir tres aspectos que son:*

- *Estructurar el plan de financiamiento, una vez medido el grado en que los costos pueden ser cubiertos por los ingresos.*
- *Medir el grado de rentabilidad que ofrece la inversión en el proyecto.*
- *Brindar la información base para la toma de decisiones sobre la inversión en el proyecto, frente a otras alternativas de inversión.*

*La evaluación consiste en saber si el proyecto es factible o no, para ello los criterios utilizados son:*

##### **a. Medidas para Evaluar el Proyecto**

- *Valor Actual Neto (VAN)*
- *Tasa Interna de Retorno (TIR)*
- *Análisis de Sensibilidad (AS)*
- *Relación Beneficio Costo (R/BC)*
- *Período de Recuperación de Capital (PRC)*

#### **6.4.8.1. Valor Actual Neto (VAN)**

*Consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizaran en todos y cada uno de los años de operación del proyecto.*

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

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

*Los criterios de decisión son:*

- ❖ Si el VAN es positivo se debe realizar el proyecto*
- ❖ Si el Van es negativo se rechaza el proyecto*
- ❖ Si el VAN es cero es indiferente su ejecución*

**FORMULA DEL FACTOR DE ACTUALIZACIÓN**

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

*En Donde:**n= tiempo**i = interés***CUADRO N° 47****VALOR ACTUAL NETO (VAN)**

<b>PERIODO</b>	<b>FLUJO NETO</b>	<b>FACTOR ACTUALIZACIÓN 14,00%</b>	<b>VALOR ACTUALIZADO</b>
0	( 57040,28 )		
1	13.608,19	0,8771929825	11.937,01
2	14.639,77	0,7694675285	11.264,83
3	14.834,12	0,6749715162	10.012,61
4	14.695,25	0,5920802774	8.700,77
5	18.528,16	0,5193686644	9.622,95
6	15.892,62	0,4555865477	7.240,46
7	15.822,93	0,3996373225	6.323,43
8	17.149,88	0,3505590549	6.012,05
9	17.350,63	0,3075079429	5.335,46
10	19.213,01	0,2697438095	5.182,59
			81.632,15
			- 57040,28
			24.591,87

$$FA = 1 / (1 + i)^n$$

$$VAN = SFNA - INVERSIÓN INICIAL$$

$$VAN = 81.632,15 - 57040,28$$

$$VAN = \mathbf{24.591,87}$$

**Análisis :** Si el VAN es mayor a uno el proyecto se acepta  
Si el VAN es igual a uno el proyecto es indiferente  
Si el VAN es menor a uno el proyecto se rechaza

- ❖ Como el Van es positivo el proyecto se acepta, esto significa que el valor de la empresa aumentará.

#### **6.4.8.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)**

*Toma en consideración el valor en el tiempo de dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto.*

*Se define la TIR como aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial.*

*También se puede definir la TIR como la tasa de descuento (i) que hace que el valor actual de los flujos netos de caja sea igual a la inversión.*

*Los criterios de decisión:*

- ❖ *Si la TIR es  $\geq$  que el costo de capital se acepta el proyecto*
- ❖ *Si la TIR es  $\leq$  que el costo de capital se rechaza el proyecto*

Su cálculo lo presentamos a continuación:

### CUADRO Nº 48

#### TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)<sup>1</sup>

PERIODO	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACT. ACTUALIZ. 23,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 24,00%	VAN MAYOR
0			57.040,28		57.040,28
1	13.608,19	0,8130081301	11.063,57	0,8064516129	10.974,35
2	14.639,77	0,6609822196	9.676,63	0,6503642040	9.521,18
3	14.834,12	0,5373839184	7.971,62	0,5244872613	7.780,31
4	14.695,25	0,4368974946	6.420,32	0,4229735978	6.215,70
5	18.528,16	0,3552012151	6.581,22	0,3411077401	6.320,10
6	15.892,62	0,2887814757	4.589,49	0,2750868872	4.371,85
7	15.822,93	0,2347816876	3.714,93	0,2218442639	3.510,23
8	17.149,88	0,1908794208	3.273,56	0,1789066644	3.068,23
9	17.350,63	0,1551865210	2.692,58	0,1442795681	2.503,34
10	19.213,01	0,1261679032	2.424,07	0,1163544904	2.235,52
			<b>1.367,71</b>		<b>-539,48</b>

$$TIR = T_m + D_t \left( \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$$

$$TIR = 23 + 1,00 \left( \frac{1367,71}{1907,19} \right)$$

$$TIR = 23 + 1,00 \left( 0,72 \right)$$

$$TIR = 23 + 0,72$$

$$TIR = 23,72 \%$$

**Análisis :** Si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.

Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto

Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.

**El proyecto se acepta, por cuanto la TIR es mayor que el costo de oportunidad del dinero**

#### **6.4.8.3. RELACIÓN BENEFICIO / COSTO**

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

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

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

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

*En el presente proyecto, la relación beneficio - costo es mayor que uno (1.26) indicador que sustenta la realización del proyecto, esto quiere decir que por cada dólar invertido, se recibiría 0.26 centavos de utilidad.*

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

**CUADRO Nº 49**  
**RELACION COSTO-BENEFICIO**

<b>AÑO</b>	<b>ING.ORIGINALES TOTALES</b>	<b>COSTOS</b>	<b>INVERSION</b>	<b>F. ACTUALIZACION 14,00%</b>	<b>ING. ACTUALIZADOS (FA * INGRESOS)</b>	<b>EGRESOS ACTUALIZADOS (FA * ENGRESOS)</b>
0			-57.040,28	-57.040,28		
1	79.040,00	63.030,37		0,877192982	69.333,33	<5.289,80
2	82.212,00	64.988,74		0,769467528	63.259,46	50.006,73
3	82.368,00	65.673,00		0,674971516	55.596,05	44.327,40
4	84.968,00	67.679,47		0,592080277	50.307,88	40.071,68
5	87.932,00	69.776,52		0,519368664	45.669,13	36.239,74
6	89.908,00	71.967,71		0,455586548	40.960,88	32.787,52
7	92.872,00	74.256,79		0,399637323	37.115,12	29.675,78
8	96.824,00	76.647,67		0,350559055	33.942,53	26.869,53
9	98.800,00	79.144,40		0,307507943	30.381,78	24.337,53
10	102.752,00	81.751,20		0,26974381	27.716,72	22.051,88
<b>T O T A L E S</b>					<b>454.282,88</b>	<b>361.657,60</b>

$$R (B/C) = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$$

$$R (B/C) = \frac{454282,88}{361657,60}$$

$$R (B/C) = 1,26 \quad \text{Dólares}$$

#### **6.4.8.4. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL**

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

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

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

**CUADRO Nº 50**

**PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL**

AÑO	FLUJO NETO DESCONTADO	
0	-57.040,28	
1	13.608,19	
2	14.639,77	28.247,96
3	14.834,12	43.082,08
4	14.695,25	57.777,33
5	18.528,16	76.305,49
6	15.892,62	92.198,11
7	15.822,93	108.021,04
8	17.149,88	125.170,92
9	17.350,63	142.521,55
10	19.213,01	
<b>TOTAL</b>	<b>104.694,28</b>	

	<i>Año anterior a cubrir</i>		<i>Inversión</i>	-	<i>Suma de los primeros flujos</i>
<i>PRC</i>					
=		+			
	<i>la inversión</i>		<i>Flujo año que supera la inversión</i>		

$$PRC = 4 + \frac{57.040,28}{14.695,25} - \frac{43.082,08}{14.695,25}$$

$$PRC = 4 + \frac{13.958,20}{14.695,25}$$

$$PRC = 4 + \frac{0,94984433}{7}$$

$$PRC = 4,9498 \Rightarrow 4$$

$$PRC = 0,9498 * 12 \text{ MESES} = 11,3976 \text{ MESES}$$

$$PRC = 0,3976 * 30 \text{ DIAS} = 11,928 \text{ DIAS}$$

Se recupera la inversión en 4 años 11 meses y 11 días

#### **6.4.8.5. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD**

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

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

*Para las decisiones se debe tomar en cuenta lo siguiente:*

- *Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor a 1 el proyecto es sensible, los cambios reducen o anulan la rentabilidad.*
  
- *Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor a 1 el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad.*
  
- *Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a 1 no hay efectos sobre el proyecto.*

**CUADRO Nº 51**  
**ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO EN LOS COSTOS DEL 5 %**

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 5,00%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 21,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 22,00%	VAN MAYOR
1								
0						57.040,28		57.040,28
1	63.030,37	66.181,89	79.040,00	12.858,11	0,8264462810	10.626,54	0,8196721311	10.539,44
2	64.988,74	68.238,18	82.212,00	13.973,82	0,6830134554	9.544,31	0,6718624026	9.388,49
3	65.673,00	68.956,65	82.368,00	13.411,35	0,5644739301	7.570,36	0,5507068874	7.385,72
4	67.679,47	71.063,44	84.968,00	13.904,56	0,4665073802	6.486,58	0,4513990880	6.276,50
5	69.776,52	73.265,35	87.932,00	14.666,65	0,3855432894	5.654,63	0,3699992525	5.426,65
6	71.967,71	75.566,10	89.908,00	14.341,90	0,3186308177	4.569,77	0,3032780758	4.349,59
7	74.256,79	77.969,63	92.872,00	14.902,37	0,2633312543	3.924,26	0,2485885867	3.704,56
8	76.647,67	80.480,05	96.824,00	16.343,95	0,2176291358	3.556,92	0,2037611366	3.330,26
9	79.144,40	83.101,62	98.800,00	15.698,38	0,1798587899	2.823,49	0,1670173251	2.621,90
10	81.751,20	85.838,76	102.752,00	16.913,24	0,1486436280	2.514,05	0,1368994468	2.315,41
						<b>230,62</b>		<b>-1.701,76</b>

$NTIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right) = 21,00 + 1,00 \left( \frac{230,62}{1932,38} \right) = 21,12 \%$
--

Diferencias TIR = 23,72 - 21,12 = 2,60 %

Porcentaje de variación = 2,60 / 23,72 = 10,96%

Sensibilidad = 10,96 / 23,72 = 0,46

**CUADRO Nº 52****ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN DECREMENTO EN LOS INGRESOS DEL 4 %**

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL 4,00%	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 21,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 22,00%	VAN MAYOR
0						( 57040,28 )		( 57040,28 )
1	63.030,37	79.040,00	75.878,40	12.848,03	0,8264462810	10.618,21	0,8196721311	10.531,17
2	64.988,74	82.212,00	78.923,52	13.934,78	0,6830134554	9.517,64	0,6718624026	9.362,25
3	65.673,00	82.368,00	79.073,28	13.400,28	0,5644739301	7.564,11	0,5507068874	7.379,63
4	67.679,47	84.968,00	81.569,28	13.889,81	0,4665073802	6.479,70	0,4513990880	6.269,85
5	69.776,52	87.932,00	84.414,72	14.638,20	0,3855432894	5.643,66	0,3699992525	5.416,12
6	71.967,71	89.908,00	86.311,68	14.343,97	0,3186308177	4.570,43	0,3032780758	4.350,21
7	74.256,79	92.872,00	89.157,12	14.900,33	0,2633312543	3.923,72	0,2485885867	3.704,05
8	76.647,67	96.824,00	92.951,04	16.303,37	0,2176291358	3.548,09	0,2037611366	3.321,99
9	79.144,40	98.800,00	94.848,00	15.703,60	0,1798587899	2.824,43	0,1670173251	2.622,77
10	81.751,20	102.752,00	98.641,92	16.890,72	0,1486436280	2.510,70	0,1368994468	2.312,33
						160,41		-1.769,90
$NTIR = T_m + D_t \left( \frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right) = 21,00 + 1,00 \left( \frac{160,41}{1930,30} \right) = 21,08 \%$								

Diferencias TIR = 23,72 - 21,08 = 2,64 %

Porcentaje de variación = 2,64 / 23,72 = 11,13%

Sensibilidad = 11,13 / 23,72 = 0,680

## **7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **7.1 CONCLUSIONES**

*En base al desarrollo de la presente investigación se llegó a determinar varias conclusiones, entre las cuales señalamos las siguientes:*

- *Después de haber realizado el estudio de mercado, hemos demostrado que existe una demanda que es atendida por bodegas, comisariatos, tiendas y supermercados, que se aprovisionan del producto de las ciudades de Guayaquil, Quito y Loja.*
- *El producto que ofrecemos está diseñado de acuerdo a las normas de calidad INEN y a las necesidades (en cuanto a calidad) del consumidor.*
- *El estudio de mercado realizado en la provincia de Loja, nos determina que el proyecto puede y debe ejecutarse, por los resultados obtenidos en el análisis de la demanda, la oferta y niveles de comercialización de este producto.*
- *Nuestra provincia no cuenta con unidades productivas que se dediquen a la elaboración de este tipo de productos.*
- *La demanda insatisfecha refleja el mercado potencial que existe en la provincia antes citada para este producto, con los siguientes resultados: Para el primer año de vida útil del proyecto la demanda insatisfecha es de: 468.396 unidades de sopas instantáneas de 120 gr., de los cuales la empresa producirá 104.000 unidades de sopas instantáneas de 120 gr.*

- *La implementación de la empresa estará localizada en el Parque Industrial de la ciudad de Loja, con un área total de 110 m<sup>2</sup>, terreno que estará dotado de los servicios indispensables para el normal funcionamiento de la empresa.*
- *El proceso productivo para la sopa instantánea demanda la utilización de máquinas y equipos adecuados, lo que será garantía para obtener productos de óptima calidad y a precios moderados.*
- *La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: De acuerdo al VAN del presente proyecto nos da un valor positivo de 24.591,87 dólares, lo que indica que el proyecto o inversión es conveniente.*
- *Para el presente proyecto la TIR es 23,72%, siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto.*
- *El tiempo que se requeriría para recuperar la inversión original sería 4 años, 11 meses y 11 días.*
- *Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores que uno, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los costos y los ingresos incrementados 5 y 4, respectivamente, es decir el proyecto no es sensible a estos cambios.*

## **7.2. RECOMENDACIONES**

*Al término del trabajo de investigación creemos prudente realizar las siguientes recomendaciones:*

- *Para que el producto tenga aceptación en el mercado es necesario realizar una buena promoción, a fin de lograr difundir las características del mismo.*
  
- *La contratación de mano de obra local es importante para reducir en algo el gran problema de desocupación que se suscita en nuestra ciudad.*
  
- *El Banco Nacional de Fomento a través de sus mecanismos de crédito debe facilitar los préstamos, para de esta manera fomentar el desarrollo empresarial en nuestra ciudad y provincia.*
  
- *La implantación de este proyecto es recomendable desde el punto de vista financiero, tal como se lo demuestra matemáticamente.*
  
- *Al presente producto por ser conocido en el mercado, y a la vez tener una fuerte competencia con sustitutos, es necesario que se implemente una campaña permanente utilizando los medios existentes como se lo señala en nuestra propuesta de comercialización.*

## 8. BIBLIOGRAFÍA

- ✚ ACOSTA, Alberto., **Curso Básico de Administración de Empresas, Mercadeo.**, Edit. Norma S.A., 1991.
  
- ✚ ACHIG, Lucas., **Metodología de la Investigación Social.**, Edit. Idis., Universidad de Cuenca., Enero 1996.
  
- ✚ BACA URBINA, Gabriel., **Evaluación de Proyectos.**, 2da. Edic., 1994.
  
- ✚ BELL, Martín L., **Mercadotecnia, Conceptos y Estrategias.**, Edit. Continental S.A., México., 1971.
  
- ✚ BOLTEN, Steven., **Administración Financiera.**, Edit. Limusa., Vol. I., México., 1981.
  
- ✚ DAVALOS ARCENALES, Nelson., **Enciclopedia Básica de Administración, Contabilidad y Auditoría.**, Tomo II., 1990.
  
- ✚ FOLLETO., **El Comercio Fronterizo Peruano Ecuatoriano.**, Características y Perspectivas.
  
- ✚ GAMBOA VELASQUEZ, Ramiro., **Curso Básico de Administración de Empresas (Finanzas).**, Edit. Norma S.A., Vol. 4., 1991.

- ✚ GOXENS, Antonio y GOXENS, María de los Angeles., **Biblioteca Práctica de Contabilidad**, Vol. 4., Ed. Grupo Océano.
  
- ✚ KOLHER, Eric., **Diccionario para Contadores**, Edit. Limusa S.A., México., 1992.
  
- ✚ LOAIZA CORTES, Carlos., **Práctica de Mercadotecnia**, McGraw-Hill., México., 2da. Ed., 1988.
  
- ✚ MOORE, Franklin., **Administración de la Producción**, Edit. Diana S.A., México., 1977.
  
- ✚ NACIONES UNIDAS., **Manual de Proyectos de Desarrollo Económico**, México D.F., Diciembre., 1968.
  
- ✚ OROZCO, José., **Contabilidad General**, Edit. Productora de Publicaciones., Quito., 1986.
  
- ✚ REYES PONCE, Agustín., **Administración de Empresas**, Edit. Limusa., México., 1982.
  
- ✚ ROSENBERG J.M., **Diccionario de Administración y Finanzas**, Edit. Océano., Barcelona-España.

- ✚ SELDON, Arthur, **Diccionario de Economía.**, Edit. Oikos S.A.,  
Barcelona-España., 1975.
  
- ✚ VASQUEZ, Víctor Hugo., **Organización Aplicada.**, 1era. Ed., Quito-  
Ecuador., 1985.
  
- ✚ VELASQUEZ, Ramiro., **Administración de Empresas.**, Edit. Norma  
S.A., Vol. 4., 1991.
  
- ✚ SELDON, Arthur, **Diccionario de Economía.**, Edit. Oikos S.A.,  
Barcelona-España., 1975.
  
- ✚ VASQUEZ, Víctor Hugo., **Organización Aplicada.**, 1era. Ed., Quito-  
Ecuador., 1985.

## **9. ANEXOS**

### **ANEXO N° 1**

#### **FICHA RESUMEN**

##### **1. TEMA:**

*“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE SOPAS INSTANTÁNEAS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE LOJA”*

##### **2. PROBLEMA.**

*La industria en la provincia de Loja presenta una estructura frágil, lo que no les permite un desarrollo sostenido y efectivo, menos aún un nivel competitivo a nivel nacional.*

*Su comportamiento está orientado hacia las empresas productoras de bienes de consumo dirigidos hacia el mercado local, y un reducido número de industrias dedica su actividad a la producción de insumos.*

*La Industria mantiene una evidente dependencia del mercado externo en cuanto al suministro de materias primas y tecnología. La organización jurídica empresarial sigue siendo en su mayoría primaria o individual.*

*La provincia de Loja ha seguido en un eje de evolución pese a que posee una ubicación distante de los tradicionales polos de desarrollo, por lo que esta provincia no representa competencia alguna en la producción en comparación con las provincias más desarrolladas como Quito, Guayaquil y Cuenca; dando paso a que sea netamente consumista, las pocas empresas existentes sobreviven venciendo un sin número de dificultades pero luchando y llevando a Loja a un mejor sitio.*

*Es por lo anteriormente mencionado, y ante el creciente número de coterráneos que abandonan el país en búsqueda de mejores oportunidades, víctimas como todos de una estructura de poder que favorece y encubre a pocos grupos, que propongo una alternativa de desarrollo a través del presente trabajo de investigación titulado "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE UNA SOPA INSTANTANEA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE LOJA".*

### **3.- JUSTIFICACIÓN.**

**3.1. ACADÉMICA:** *Nuestra Ciudad y Provincia de Loja se ha caracterizado por su nivel académico y cultura educacional muy alto, destacándose varias instituciones que han aportado con hombres de bien a la sociedad.*

*La Universidad Nacional de Loja al implementar el Sistema Académico Modular por Objetos de Transformación y basándonos en la investigación científica, nos está ofreciendo la oportunidad de graduarnos como Ingenieros Comerciales, dando paso así al cumplimiento de nuestras aspiraciones.*

*La realización de nuestro proyecto nos permite dar cumplimiento a lo dispuesto por las autoridades Universitarias para el desarrollo de Tesis de grado, esto nos servirá para elevar el nivel académico y poner en práctica nuestros conocimientos adquiridos en las aulas universitarias preparándonos para el futuro como profesionales que enfrentan los retos que nos esperan a fin de lograr nuestras metas y objetivos propuestos, con este proyecto estamos dando la oportunidad de ser posible crear empresa en nuestra provincia de Loja, ya que nos hace mucha falta, además la tesis servirá como guía para los nuevos estudiantes.*

*De esta manera aportamos con nuestros conocimientos al progreso de la provincia de Loja al incrementar una nueva empresa, la cual nos permitirá demostrar con la ejecución, evaluación y control del proyecto un aspecto fundamental en nuestra vida profesional como es el criterio innovador para la inversión.*

**3.2.- SOCIAL:** *La Universidad Nacional de Loja a través de la formación de profesionales con conocimiento de la realidad social, económica y*

*política, tiene el compromiso de contribuir al desarrollo social y armónico en las diferentes regiones del país y particularmente en el austro en la cual la presencia de los organismos estatales y proyectos de desarrollo son muy escasos.*

*El presente proyecto de investigación permitirá contribuir en el desarrollo social, con profesionales capaces de Crear, Administrar y Orientar el Desarrollo Empresarial, consideramos que el sector productivo de la Provincia de Loja es uno de los sectores más vulnerables por encontrarse en zona alejada y, por tener un ecosistema frágil, es adecuado una aplicación de proyectos de desarrollo que no afecten el medio ambiente.*

*El mismo que permitirá a los productores de cuero tener conocimiento en la aplicación de técnicas, mejorando la productividad de su materia prima y, obtener de esta forma mayores ingresos económicos, mejorando el nivel de vida de los habitantes del sector.*

**3.3.- ECONÓMICA:** *La provincia de Loja se ha visto afectada por la crisis política, económica social que vive nuestro país.*

*Loja recién empieza a desarrollarse en el sector comercial e industrial por ello el avance de la tecnología es fundamental, ya que nos permite desenvolvemos de tal manera que podamos ayudar al desarrollo*

*económico, al poner en práctica nuestros conocimientos en el sector comercial e industrial lo ayudaremos ha desarrollarse en un alto nivel debido a que este forma parte de nuestra economía actual, la misma que ha sido golpeada por los políticos de turno. Al implantar nuestro proyecto ayudaríamos a un sector pobre de la sociedad lojana, ofreciéndoles fuentes de trabajo y por ende disminuyendo el desempleo, mejor calidad de servicio y precio real.*

*Por lo expuesto es importante tomar en cuenta que estos aspectos conducen a elevar la tasa de crecimiento económico y a incentivar el desarrollo y bienestar de diversos sectores.*

#### **4.- OBJETIVOS.**

##### **4.1. OBJETIVO GENERAL**

*Determinar la factibilidad de implementar una empresa productora de sopas instantáneas y su comercialización en la provincia de Loja.*

##### **4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.**

- *Determinar mediante el estudio de mercado la demanda y oferta; y establecer la existencia o no de la demanda insatisfecha en el mercado local.*

- *Establecer en el estudio técnico el tamaño y localización del proyecto y la ingeniería del mismo.*
- *Definir la factibilidad económica del proyecto utilizando índices financieros de evaluación para conocer su rentabilidad.*
- *Realizar la evaluación financiera de la empresa para determinar la factibilidad o no del proyecto.*
- *Presentar la organización jurídica y administrativa en la empresa.*

#### **5.- METODOLOGÍA.**

*El proceso de investigación requiere de ciertas técnicas, por ello es indispensable el establecimiento de métodos, que están en función a la naturaleza del problema planteado. Entendiéndose por método el camino más adecuado para lograr un fin.*

*También podemos decir que el método es el conjunto de procedimientos lógicos a través de los cuales se plantean los problemas científicos y se ponen a prueba los instrumentos de trabajo investigados.*

*En el proyecto sujeto de investigación se utilizaran los siguientes métodos:*

### **Método Científico**

*El investigador conoce el problema y el objeto de investigación, estudiando su curso natural, sin alteración de las condiciones naturales, es decir que la observación tiene un aspecto contemplativo.*

*La observación configura la base de conocimiento de toda ciencia y, a la vez, es el procedimiento empírico más generalizado de conocimiento.*

*( Mario Bunge )*

### **Método Inductivo**

*Es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Este método nos permitirá la formación de objetivos, investigación de leyes científicas, y las demostraciones. La inducción puede ser completa o incompleta.*

### **Método Deductivo**

*Con este método realizaremos el estudio general del manejo y administración de las empresas como la de sopas instantáneas de la información teórica existente, para seleccionar lo que se puede aplicar en esta investigación con la finalidad de llegar a conclusiones que demuestren la eficiencia en la administración de la empresa para llegar a obtener los objetivos deseados.*

### **Método Analítico**

*Su aplicación se hará en el momento de elaborar un Flujo de Procedimientos para la creación y administración de la empresa de sopas instantáneas, determinando las causas y efectos que sirven para la interpretación de los resultados.*

### **El Método Histórico**

*Está vinculado al conocimiento de las distintas etapas de los objetos en su sucesión cronológica, para conocer la evolución y desarrollo del objeto o fenómeno de investigación se hace necesario revelar su historia.*

### **La Medición**

*Se desarrolla con el objetivo de obtener la información numérica acerca de una propiedad o cualidad del objeto o fenómeno, donde se comparan magnitudes medibles y conocidas. Es decir es la atribución de valores numéricos a las propiedades de los objetos.*

### **Método Estadístico**

*Este método facilitara la representación gráfica en la producción de porcentajes para la obtención de resultados.*

## **TÉCNICAS**

### **Encuestas**

*Para obtener la población real del año 2009 se aplicó la fórmula de proyección de la demanda, tomando datos como: la población del censo del 2001 que es 404835; y, la tasa de crecimiento poblacional 0,5%, esto determinó una población de la cual se la dividió para 4 (integrantes por familia) y que dio como resultado familias de la provincia de Loja.*

**Formula:**  $Df = Db(1 + i)^n$

*Df= Demanda futura*

*Db= Demanda actual*

*i= tasa de crecimiento*

*n= Numero de años*

$$= 404835(1+0.005)^8$$

$$= \underline{421315}$$

4

$$= 105329$$

*= 105329 familias de la provincia de Loja*

**Tamaño de la Muestra.-** *Para el cálculo del tamaño de la muestra utilizamos la siguiente fórmula:*

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

$n =$  Muestra

$N =$  Población de estudio

$e =$  margen de error

*Esta fórmula al ser aplicada proporcionó como resultado:*

$$n = \frac{105329}{1 + 105329(0.05)^2}$$

$$n = \frac{105329}{264,3225}$$

$$n = 398,48$$

$$n = 399 \text{ total de encuestas aplicar}$$

**Entrevista.-** Se utiliza para entrevistarnos directamente con empresas similares a la nuestra, con la finalidad de conocer todo lo relacionado a lo que respecta a las empresas de producción.

## **REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA**

Se utilizara a través de la consulta de información bibliográfica de diferentes libros, folletos, revistas, Internet, para la recopilación de toda la información pertinente con lo cual se obtendrá la fundamentación teórica, ya sean estos conceptos, definiciones, etc.

**ANEXO N° 2**



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

**ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ENCUESTA DIRIGIDA A CONSUMIDORES DE SOPAS INSTANTÁNEAS**

*En calidad de egresados de la carrera de Administración de empresas y con el propósito de desarrollar la nuestra tesis de grado, planteamos la presente encuesta, que tiene como objeto recopilar información para determinar la factibilidad para la creación de una empresa productora de sopas instantáneas y su comercialización en la provincia de Loja, por lo que solicitamos su colaboración dando respuesta a las siguientes interrogantes.*

**I INFORMACIÓN GENERAL**

1. *¿En cuál de los siguientes rangos está su ingreso mensual?*

- Alto:** Más de \$1.000,00 mensuales ( )  
**Mediano:** De \$500 a \$999,00 mensuales ( )  
**Bajo:** Menos de \$500,00 mensuales ( )  
**No contesta:** ..... ( )

**II. DEMANDA DEL PRODUCTO**

2. *¿Consume en su dieta alimenticia sopas?*

- Si** ( )      **No** ( )

3. ¿Compre usted Sopas Instantáneas para el consumo?

**Si** ( )                      **No** ( )

4. Cuál de las siguientes Marcas de Sopas Instantáneas son de su preferencia, señale:

<b>Maggi</b>	( )
<b>Marucha</b>	( )
<b>Ters</b>	( )
<b>Otros</b>	( )

5. ¿Dónde adquiere regularmente el producto?

<b>Tiendas</b>	( )	<b>Micro mercados</b>	( )
<b>Bodegas</b>	( )	<b>Directamente del distribuidor</b>	( )

6. Con qué frecuencia compra usted Sopas Instantáneas?

<b>Diario</b>	( )	Cuántas unidades:.....
<b>Semanal</b>	( )	Cuántas unidades:.....
<b>Quincenal</b>	( )	Cuántas unidades:.....
<b>Mensual</b>	( )	Cuántas unidades:.....

### III. PRECIO DEL PRODUCTO

7. ¿Cuánto paga usted por una unidad de 120 g. de sopas Instantáneas?

<b>Maggi</b>	\$.....
<b>Marucha</b>	\$.....
<b>Ters</b>	\$.....
<b>Otros</b>	\$.....

8. ¿Al momento de realizar la compra, cuál de las siguientes características es de mayor relevancia para usted?

**Calidad** ( )

**Cantidad** ( )

**Precio** ( )

**Marca** ( )

9. *¿Conoce usted la existencia de una empresa productora de Sopas Instantáneas en la provincia de Loja?*

**Si** ( )      **No** ( )

#### IV. **COMPETENCIA**

10. *¿Estaría usted dispuesto a comprar Sopas Instantáneas de una empresa lojana de reciente creación?*

**Si** ( )      **No** ( )

11. *¿Cuántas unidades de 120 g. estaría usted dispuesto a comprar de Sopas Instantáneas?*

**Semanal:** .....

**Quincenal** .....

**Mensual** .....

**Otros** .....

12. *Cuáles serían los medios de publicidad que preferiría se promocióne el producto.*

**Televisión** ( )      **Radio** ( )

**Prensa escrita** ( )      **Vallas** ( )

**Gigantografías** ( )      **Otros** ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**



**4. ¿Cuál es el precio de venta al público por cada unidad de 120 gr.**

- Menos de \$ 1,00            ( )  
\$ 1.01 a \$ 2,00            ( )  
\$ 2,01 a \$ 3,00            ( )  
\$ 3,01 a \$ 4,00            ( )  
Mas de \$ 4,00              ( )

**5. Indique la cantidad de unidades de sopas instantáneas de 120 gr. que vende anualmente.**

- 1 - 5                        ( )  
6 - 10                      ( )  
11 - 15                    ( )  
16 - 20                    ( )  
21 - 35                    ( )  
36 - 40                    ( )  
Mas de 40                ( )

**6. ¿En qué lugar adquiere Usted la sopa instantánea para su comercialización?**

- Quito ( )                      Guayaquil ( )                      Loja ( )

**7. ¿Qué medios de publicidad sugiere usted es el más adecuado para promocionar el producto?**

- Televisión            ( )                      Radio            ( )  
Medios escritos    ( )                      Otros            ( )

**8. De implementarse una empresa productora de sopas instantáneas en la ciudad de Loja ¿Estaría usted dispuesto a adquirir este producto para su comercialización?**

- Si    ( )                      No    ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

### ANEXO 3

#### CAPITAL DE TRABAJO

RUBROS	1 MES	AÑOS									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
MATERIA PRIMA DIRECTA ANEXO N° 3.1.	1247,09	14.965,10	15.575,68	16.211,16	16.872,58	17.560,98	18277	19023	19799	20607	21448
MANO OBRA DIRECTA ANEXO N° 3.2	940,62	11.287,44	11.747,97	12.227,28	12.726,16	13.245,39	13786	14348	14934	15543	16177
COSTOS GEN. PRODUC. ANEXO N°3.3.	1457,49	17.489,89	18.203,48	18.946,18	19.719,18	20.523,73	21361	22233	23140	24084	25066
GASTOS ADMINISTRACIÓN. Y VENTAS ANEXO N° 3.4.	1379,83	16.557,94	17.233,50	17.936,63	18.668,45	19.430,12	20223	21048	21907	22801	23731
IMPREVISTOS 3%	150,75	1.809,01	1.882,82	1.959,64	2.039,59	2.122,81	2816,1	2931	3050,6	3175,1	3304,6
<b>TOTAL</b>	<b>5.175,78</b>	<b>62.109,38</b>	<b>64.643,44</b>	<b>67.280,90</b>	<b>70.025,96</b>	<b>72.883,02</b>	<b>76463</b>	<b>79583</b>	<b>82830</b>	<b>86209</b>	<b>89727</b>

**ELABORACIÓN:** Los Autores

**ANEXO 3.1****MATERIA PRIMA DIRECTA**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNIT.</b>	<b>VAL. TOTAL</b>
Fideos	Kg.	3210	2.51	8057.1
Vegetales deshidratados	Kg.	5231	1.3	6800.3
Jamón	Kg.	15	4.1	61.5
Aceite Ajonjolí	Lit.	21	2.2	46.2
<b>TOTAL</b>				<b>14965.1</b>

FUENTE: Investigación Directa  
ELABORACIÓN: Los Autores

**ANEXO 3.2****PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>1 Trabajador</b>	<b>3 Trabajadores</b>
<b>REMUNERACIONES</b>		
Salario Básico	240.00	720.00
13º Sueldo	20.00	45.00
14º Sueldo	20.00	42.50
Aporte Patronal	20.07	60.21
(11.15%)	0.90	2.70
IECE (0.50%)	0.90	2.70
SECAP (0.50%)	15.00	45.00
Fondo de Reserva	7.50	22.50
Vacaciones		
<b>Total</b>	<b>313.54</b>	<b>940,61</b>
(-) IESS 9.35%	29,32	87,95
Liquidado a Pagar	284,22	852,66
<b>Total Mensual</b>	<b>313,54</b>	<b>940,61</b>
<b>Total Anual</b>	<b>3.762,48</b>	<b>11.287,44</b>

Fuente: Ministerio de lo Laboral

Elaborado por: Los Autores

## ANEXO 3.3

## MANO DE OBRA DIRECTA

DESCRIPCIÓN	REMUN TOTAL	N°	AÑOS									
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Obrero. Elab. Sopas	313.54	1	3762.48	3915.99	4075.76	4242.05	4415.13	4595.27	4782.75	4977.89	5180.99	5392.37
Operador	313.54	1	3762.48	3915.99	4075.76	4242.05	4415.13	4595.27	4782.75	4977.89	5180.99	5392.37
Etiquetador, embalador	313.54	1	3762.48	3915.99	4075.76	4242.05	4415.13	4595.27	4782.75	4977.89	5180.99	5392.37
TOTALES			11287.44	11747.97	12227.28	12726.16	13245.39	13785.80	14348.26	14933.67	15542.96	16177.11

ELABORACIÓN: Los Autores

**ANEXO 3.4**  
**COSTOS GENERALES DE PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
MATERIA PRIMA INDIRECTA ANEXO N° 3.3.1.1	9.177,34	9.551,78	9.941,49	10.347,10	10.769,26	11.208,65	11.665,96	12.141,93	12.637,32	13.152,93
SERVICIOS BÁSICOS ANEXO N° 3.3.2.	408	424,65	441,97	460,00	478,77	498,31	518,64	539,80	561,82	584,74
REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO ANEXO N° 3.3.3.	2.524,60	2.627,60	2.734,81	2.846,39	2.962,52	3.083,39	3.209,20	3.340,13	3.476,41	3.618,25
AMORTIZACIÓN ACTIVO DIFERIDO ANEXO N° 3.3.4.	278,25	289,60	301,42	313,72	326,52	339,84	353,70	368,13	383,15	398,79
DEPRECIACIÓN ACTIVOS PLANTA ANEXO N° 3.3.5.	5.101,70	5.309,85	5.526,49	5.751,97	5.986,65	6.230,91	6.485,13	6.749,72	7.025,11	7.311,74
<b>TOTAL</b>	<b>17.489,89</b>	<b>18.203,48</b>	<b>18.946,18</b>	<b>19.719,18</b>	<b>20.523,73</b>	<b>21.361,09</b>	<b>22.232,63</b>	<b>23.139,72</b>	<b>24.083,82</b>	<b>25.066,44</b>

**ELABORACIÓN:** Los Autores

**ANEXO N° 3.4.1.**

**MATERIA PRIMA INDIRECTA**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNIT.</b>	<b>VAL. TOTAL</b>
<i>Embases</i>	<i>83200</i>	<i>0,07</i>	<i>5824</i>
<i>Cucharas plásticas</i>	<i>83200</i>	<i>0,031</i>	<i>2579,2</i>
<i>Etiquetas</i>	<i>83200</i>	<i>0,0062</i>	<i>515,84</i>
<i>Plástico (exterior)</i>	<i>1230</i>	<i>0,21</i>	<i>258,3</i>
<b>TOTAL</b>			<b>9177,34</b>

**ELABORACIÓN:** Los Autores

**ANEXO 3 4.2.**

**SERVICIOS BÁSICOS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PREC UNIT.</b>	<b>CANT</b>	<b>TOTAL AÑO 1</b>
<i>ENERGÍA</i>	<i>0,15</i>	<i>2400</i>	<i>360,00</i>
<i>ELECT. Kw</i>			
<i>AGUA POTABLE</i>	<i>0,20</i>	<i>240</i>	<i>48,00</i>
<b>TOTAL:</b>			<b>408,00</b>

**ELABORACIÓN:** Los Autores

**ANEXO 3 4.3**

**REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO**

<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>VALOR</i>	<i>AÑO</i>
	<i>DE</i>	<i>1</i>
<i>ACTIVO</i>		
<i>CONSTRUCCIONES</i>	13.200	132
<i>E INSTALACIONES 1%</i>		
<i>MAQUINARIA 5%</i>	8.170	408,5
<i>HERRAMIENTAS 10%</i>	270	27
<i>MOBILIARIO DE PLANTA 5%</i>	1.017	50,85
<i>MOBIL. ADM. VENTAS 5%</i>	650	32,5
<i>EQUIPO DE COMPUTACIÓN 5%</i>	2.895	144,75
<i>EQUIPOS DE OFICINA 5%</i>	180	9
<i>VEHÍCULO 10%</i>	17.200	1.720
<i>TOTAL</i>		2.524,60

**ELABORACIÓN:** Los Autores

**ANEXO 3 4.4**

**AMORTIZACIÓN ACTIVO DIFERIDO**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR DEL ACTIVO</b>	<b>PERIODO DE AMORTIZAC.</b>	<b>AÑOS</b>
			<b>1</b>
<i>ACTIVO DIFERIDO</i>	2.782,50	10	278,25
<b>TOTALES</b>			278,25

**ELABORACIÓN:** Los Autores

**ANEXO 3 4.5.**

**DEPRECIACIÓN ACTIVOS DE PLANTA**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR DEL ACTIVO</b>	<b>% VALOR RESIDUAL</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>VALOR A DEPRECIAR</b>	<b>AÑOS</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>
CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES	13.200,00	25	3.300,00	13.200,00	20	495,00
MAQUINARIA	8.170,00	10	817,00	8.170,00	10	735,30
HERRAMIENTAS	270	10	27,00	270	10	24,30
VEHÍCULO	17.200,00	10	1.720,00	17.200,00	5	3.096,00
MOBILIARIO DE PLANTA	1.017,00	10	101,70	1.017,00	10	91,53
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	2.895,00	33,33	964,90	2.895,00	3	643,37
EQUIPOS DE OFICINA	180,00	10	18,00	180,00	10	16,20
<b>TOTALES:</b>			<b>6.948,60</b>			<b>5.101,70</b>

**ELABORACIÓN:** Los Autores

**ANEXO 3.5.****GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑOS</b>									
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
<i>PERSONAL ADMINISTRACIÓN Y VENTAS</i> <i>ANEXO N° 3.4.1.</i>	15.343,44	15.969,45	16.621,01	17.299,14	18.004,95	18.739,55	19.504,12	20.299,89	21.128,13	21.990,16
<i>SUMINISTROS ADMINIST. VENTAS</i> <i>ANEXO N° 3.4.2.</i>	736	766,03	797,28	829,81	863,67	898,91	935,58	973,75	1.013,48	1.054,83
<i>PUBLICIDAD-PROMOCIÓN</i> <i>ANEXO N° 3.4.3.</i>	420	437,14	454,97	473,53	492,85	512,96	533,89	555,67	578,35	601,94
<i>DEPREC. ACTIVOS ADM. VENTAS</i> <i>ANEXO N° 3.4.4.</i>	58,5	60,89	63,37	65,96	68,65	71,45	74,36	77,40	80,56	83,84
<b>TOTAL</b>	16.557,94	17.233,50	17.936,63	18.668,45	19.430,12	20.222,87	21.047,96	21.906,72	22.800,51	23.730,77

**Elaboración:** Los Autores

**ANEXO 3 5.1.**

**PERSONAL ADMINISTRACIÓN Y VENTAS**

DESCRIPCIÓN	REMUN TOTAL	N°	AÑOS									
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gerente	445,73	1	5348,76	5.566,99	5.794,12	6.030,52	6.276,57	6.532,65	6.799,18	7.076,59	7.365,32	7.665,82
Vendedor	271,23	1	3254,76	3.387,55	3.525,77	3.669,62	3.819,34	3.975,17	4.137,35	4.306,16	4.481,85	4.664,71
Secretaria-Contadora	290,53	1	3486,36	3.628,60	3.776,65	3.930,74	4.091,11	4.258,03	4.431,76	4.612,57	4.800,77	4.996,64
Guardián	271,13	1	3253,56	3.386,31	3.524,47	3.668,26	3.817,93	3.973,70	4.135,83	4.304,57	4.480,20	4.662,99
<b>TOTALES</b>			15343,44	15969,45	16621,01	17299,14	18004,95	18739,55	19504,12	20299,89	21128,13	21990,16

**FUENTE:** La Tablita El Contador 2009

**ELABORACIÓN:** Los Autores

**NOTA :** La proyección se ha realizado con un 4,12% de incremento anual.



**ANEXO 3 5.2**  
**SUMINISTROS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS**

DESCRIPCIÓN	PREC	CANT	TOTAL	PREC	CANT	TOTAL	PREC	CANT	TOTAL	AÑOS						
	UNIT.		AÑO 1	UNIT.		AÑO 2	UNIT		AÑO 3	4	5	6	7	8	9	10
ÚTILES DE ASEO/LIMP.	10	12	120	10,33	12	123,96	10,67	12	128,04	133,26	138,70	144,36	150,25	156,38	162,76	169,40
ÚTILES DE OFICINA	8	12	96	8,27	12	99,24	8,54	12	102,48	106,66	111,01	115,54	120,26	125,16	130,27	135,58
SERV. TELEF.	20	1	20	20,66	1	20,66	21,35	1	21,35	22,22	23,13	24,07	25,05	26,08	27,14	28,25
OTROS SUMINISTROS			500			500			500	520,40	541,63	563,73	586,73	610,67	635,59	661,52
<b>TOTAL:</b>			736			743,86			751,87	782,55	814,47	847,70	882,29	918,29	955,75	994,75

**ELABORACIÓN:** Los Autores

**ANEXO 3 5.3**  
**PUBLICIDAD-PROMOCIÓN**

DESCRIPCIÓN	PREC	CANT	TOTAL	AÑOS									
	UNIT.		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	4	5	6	7	8	9	10	
RADIO	15	12	180	187,344	194,99	202,94	211,22	219,84	228,81	238,15	247,86	257,98	
MEDIOS ESCRITOS	20	12	240	249,792	259,98	270,59	281,63	293,12	305,08	317,53	330,48	343,97	
TOTAL:			420	437,14	454,97	473,53	492,85	512,96	533,89	555,67	578,35	601,94	

ELABORACIÓN: Los Autores

**ANEXO 3.5.4.**

**DEPRECIACIÓN ACTIVOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR DEL ACTIVO</b>	<b>% VALOR RESIDUAL</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>VALOR A DEPRECIAR</b>	<b>AÑOS</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>
<i>MOBILIARIO DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS</i>	650,00	10	65,00	650,00	10	58,50
<b>TOTALES:</b>			65,00			58,50

**ELABORACIÓN:** Los Autores

**ANEXO 4**

**AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO**

<b>CAPITAL:</b>		<b>20000</b>	<b>PAGO:</b>		<b>SEMESTRAL</b>
<b>INTERÉS:</b>		<b>14%</b>			
<b>TIEMPO:</b>		<b>10 AÑOS</b>			
<b>SEMESTRES</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>DIVIDENDO</b>	<b>CAPITAL RED.</b>	
<b>0</b>				<b>20,000.00</b>	
<b>1</b>	<b>1,000.00</b>	<b>1,400.00</b>	<b>2,400.00</b>	<b>19,000.00</b>	
<b>2</b>	<b>1,000.00</b>	<b>1,330.00</b>	<b>2,330.00</b>	<b>18,000.00</b>	
<b>3</b>	<b>1,000.00</b>	<b>1,260.00</b>	<b>2,260.00</b>	<b>17,000.00</b>	
<b>4</b>	<b>1,000.00</b>	<b>1,190.00</b>	<b>2,190.00</b>	<b>16,000.00</b>	
<b>5</b>	<b>1,000.00</b>	<b>1,120.00</b>	<b>2,120.00</b>	<b>15,000.00</b>	
<b>6</b>	<b>1,000.00</b>	<b>1,050.00</b>	<b>2,050.00</b>	<b>14,000.00</b>	
<b>7</b>	<b>1,000.00</b>	<b>980.00</b>	<b>1,980.00</b>	<b>13,000.00</b>	
<b>8</b>	<b>1,000.00</b>	<b>910.00</b>	<b>1,910.00</b>	<b>12,000.00</b>	
<b>9</b>	<b>1,000.00</b>	<b>840.00</b>	<b>1,840.00</b>	<b>11,000.00</b>	
<b>10</b>	<b>1,000.00</b>	<b>770.00</b>	<b>1,770.00</b>	<b>10,000.00</b>	
<b>11</b>	<b>1,000.00</b>	<b>700.00</b>	<b>1,700.00</b>	<b>9,000.00</b>	
<b>12</b>	<b>1,000.00</b>	<b>630.00</b>	<b>1,630.00</b>	<b>8,000.00</b>	
<b>13</b>	<b>1,000.00</b>	<b>560.00</b>	<b>1,560.00</b>	<b>7,000.00</b>	
<b>14</b>	<b>1,000.00</b>	<b>490.00</b>	<b>1,490.00</b>	<b>6,000.00</b>	
<b>15</b>	<b>1,000.00</b>	<b>420.00</b>	<b>1,420.00</b>	<b>5,000.00</b>	
<b>16</b>	<b>1,000.00</b>	<b>350.00</b>	<b>1,350.00</b>	<b>4,000.00</b>	
<b>17</b>	<b>1,000.00</b>	<b>280.00</b>	<b>1,280.00</b>	<b>3,000.00</b>	
<b>18</b>	<b>1,000.00</b>	<b>210.00</b>	<b>1,210.00</b>	<b>2,000.00</b>	
<b>19</b>	<b>1,000.00</b>	<b>140.00</b>	<b>1,140.00</b>	<b>1,000.00</b>	
<b>20</b>	<b>1,000.00</b>	<b>70.00</b>	<b>1,070.00</b>	<b>0.00</b>	
	<b>20,000.00</b>	<b>14,700.00</b>	<b>34,700.00</b>		

Elaboración: Los autores