



# **UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA  
CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA  
DE CONFITERÍA A UBICARSE EN LA  
CIUDAD DE LOJA”**

Tesis previa a la obtención  
del Título de Ingeniero  
Comercial

**AUTOR:**

**RAMIRO A. LEÓN CORONEL**

**DIRECTOR:**

*Ing. Com. Juan Encalada ©*

Loja - Ecuador  
2012

## CERTIFICACIÓN

Ing. Com.  
Juan Encalada O.  
DIRECTOR DE TESIS  
DOCENTE DEL ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y  
ADMINISTRATIVA DE LA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL  
DE LOJA.

### CERTIFICA:

Que la presente Tesis Titulada “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CONFITERÍA A UBICARSE EN LA CIUDAD DE LOJA”, presentada por el postulante: Ramiro A. León Coronel, fue dirigida, orientada y revisada en todas sus partes, cuyo informe final se reporta a continuación en vista que se cumple con todos los requisitos de forma y de fondo, autorizo su presentación y defensa.

Loja, febrero del 2012

Atentamente,

Ing. Com. Juan Encalada Orozco  
DIRECTOR DE LA TESIS

## **AUTORÍA**

Todos los criterios, ideas, opiniones, conceptos y definiciones expuestas en el presente trabajo Investigativo son de exclusiva responsabilidad del autor.

.....

Ramiro A. León Coronel

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo con todo el cariño a Dios por guiarme en el camino, de igual manera a todos mis familiares que supieron darme todo su apoyo moral, su amor y comprensión para

culminar con éxito mis estudios. Y a todas las personas de alguna y otra manera me supieron dar su apoyo en el transcurso de mi vida estudiantil.

Ramiro A. León Coronel

## AGRADECIMIENTO

Dejo constancia de agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja porque ha sido el medio en donde me he desarrollado como profesional y de manera especial a la Carrera de Administración de Empresas porque a través de ella he adquirido nuevos conocimientos y maneras de administrar eficientemente a las organizaciones, de igual manera agradezco a las autoridades y docentes por la formación obtenida.

Ramiro A. León Coronel

a. TÍTULO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN  
DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y  
COMERCIALIZADORA DE CONFITERÍA  
A UBICARSE EN LA CIUDAD DE LOJA”**

# b. RESUMEN

## **b. RESUMEN**

La creación de nuevas empresas y negocios en general, en nuestra localidad es una de las principales fuentes generadoras de recursos económicos y de empleo.

Según el Servicio de Rentas Internas en el año 2011, se registraron 12.320 negocios, mismos que han aportado al sector productivo, es así que se realizó un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de confitería a ubicarse en la ciudad de Loja.

Esta empresa, tiene como objetivo brindar un servicio de calidad, dedicado básicamente a la elaboración y venta de dulces lojanos como: figuras de chocolates, manjar de leche, mermeladas de Piña, Naranja, Manzana, Higos y Guayaba en un solo lugar con el fin de satisfacer los gustos y preferencias de los futuros consumidores.

Para el desarrollo del presente trabajo investigativo se aplicaron diferentes métodos y técnicas, como el método científico que permitió descubrir datos y confirmarlos mediante las conclusiones; el método inductivo con el cual se logró determinar la demanda y oferta de los productos y segmentar el mercado objetivo; el método deductivo permitió realizar una descripción sobre la implementación de la Confitería en la ciudad de Loja; y, el método Analítico-Sintético con el cual se realizó un estudio de cada parte del proyecto de factibilidad.

Así mismo se utilizaron técnicas como la observación directa la cual permitió determinar aspectos relacionados con la elaboración de los diferentes dulces.

Con la realización del estudio de mercado se determinó la demanda potencial de los dulces, misma que es de 121.208 personas mayores de edad de las parroquias urbanas de la ciudad de Loja. Cabe señalar que para la demanda potencial asumimos que cada persona consume un dulce lojano, es por eso que se tomó toda la población. La demanda real o actual es de 108.869 personas. La demanda efectiva es 68.359 personas.

Con la entrevista realizada se pudo determinar, la oferta la misma que fue aplicada a 7 distribuidores más conocidos de la localidad y con ello se determinó la competencia

Establecida la oferta y la demanda, se determinó la demanda insatisfecha, así tenemos para la figura de chocolate la demanda insatisfecha es de 228.086; para el manjar de leche y las mermeladas de piña, naranja, guayaba, manzana e higos corresponde a 361.696 la demanda insatisfecha para el primer año.

La empresa producirá de lunes a viernes trabajando las 8 horas diarias. En cuanto a los dulces estos estarán preparados con materia prima de excelente calidad que serán adquiridos de los diferentes mercados locales; en lo referente al precio estos serán cómodos y se los realizará al contado; existirá publicidad mediante la emisora Luz y Vida y en el periódico La hora, los mismos que se darán a conocer los fines de semana, además la Confitería contará con un rótulo y un logotipo.

La empresa “Confitería Lojanas” estará ubicado en el barrio Amable María frente al Colegio Militar ya que se encuentra el Parque Industrial, dicho

lugar es de fácil acceso vehicular permitiendo así la llegada de nuestros clientes a la empresa.

Se conformará una empresa de responsabilidad limitada, con una inversión de \$.89.527, 50 la misma que contará con socios los cuales aportarán con el 44,68% y el resto con un préstamo en la Cooperativa Manuel Esteban Godoy con una tasa de interés del 12% a 5 años plazo y pagos semestrales. La confitería dedicada a la elaboración y venta de dulces lojanos tendrá una duración de 5 años. Se cuenta con el diseño de un organigrama funcional, estructural y posicional, así como también con la elaboración de un manual de funciones que permitirá un buen desenvolvimiento de las actividades y tareas del personal.

Con el estudio económico-financiero se estableció el precio para cada uno de los dulces y es así que para las figuras de chocolates (0.24 gramos) el precio de la caja de 12 unidades tendrá un precio de venta al público de de \$1,28 para el primer año, de la misma manera para el manjar de leche y las diferentes mermeladas de frutas tendrán un precio de \$ 1,31 la libra en envase de vidrio para el primer año.

Según el análisis financiero: El Valor Actual Neto (VAN) del proyecto es de \$.212.287, 85 dólares lo que asegura un rendimiento en el valor de la empresa al final de su vida útil (5 años). La Tasa Interna de Retorno (TIR) de la inversión es del 85,39% la que se ubica muy por encima de la tasa de interés que es del 12%. La Relación Beneficio Costo alcanza 1,82 dólares lo que significa que por cada dólar de inversión se obtiene 0,82 centavos de utilidad. El Periodo de Recuperación de la Inversión del

proyecto es de 2 años, 36 meses y 12 días. Así mismo el proyecto acepta un incremento en los costos del 51,88% y una disminución en los ingresos de 28,22%

Los resultados obtenidos en la investigación demuestra la factibilidad para la puesta en marcha del proyecto, toda vez que, asegura rentabilidad para los inversionistas y por otro lado permite un desarrollo socio-económico y empresarial en la ciudad de Loja, así mismo es fuente generadora de empleo lo que permitirá mejorar el nivel de vida.

## **SUMMARY**

The creation of new companies and business in general, in our town is one of the main generators of economic resources and employment. According to the Internal Revenue Service in 2011, there were 12,320 businesses that have provided them to the productive sector, so that it conducted a feasibility study for the creation of a producer and marketer of confectionery located in the city of Loja.

This company aims to provide a quality service, dedicated primarily to making and selling candy Loja as figures of chocolates, food of milk, pineapple jam, orange, apple, figs and guava in one place to satisfy the tastes and preferences of prospective consumers.

For the development of this research work we applied different methods and techniques, as the scientific method that led to the discovery using data and confirm the findings, the inductive method which is able to determine the demand and supply of product and segment the target market; the deductive method allowed a description of the implementation of Confectionery in the city of Loja, and the analytic-synthetic method with which a study was made of each part of the feasibility project. Also used as direct observation techniques which allowed us to determine issues related to the preparation of various sweets such as chocolate figures, food of milk, jams, pineapple, figs, orange, apple and guava, surveys that were applied potential customers that allowed us to determine the demand for the products. With the completion of market research identified the potential demand for sweets; it is of 121,208 people

over the age of urban parishes of the city of Loja. Note that for the potential demand we assume that each person consumes sweet Lojano is why it took the entire population. The current demand is real or 108,869 people. Effective demand is 68,359 people.

In the interview it was determined the offer the same that was applied to 7 well-known distributors of the locality and thereby determined the competition

Established supply and demand, unmet demand was determined and the figures we have for chocolates unmet demand is 228,086, for the food of milk and pineapple marmalade, orange, guava, apple and figs demand up to 361,696 unsatisfied for the first year.

The company will produce working Monday to Friday 8 hours per day. As these sweets are prepared from high quality raw material to be acquired from the different local markets in terms of price they will be comfortable and are made in cash, there will be publicized by the station light and life and in the newspaper The time, the same will be announced at the weekend, also Confectionery will have a label and a logo. The company "Confectionery Loja" will be located in the district compared to Mary Amable Military College as it is the Industrial Park; this place is easily accessible vehicle allowing the arrival of our customers to the company.

It will form a limited liability company with an investment of \$ .89.527,50 the same partners who will contribute with 44.68% and the rest with a loan from Cooperative Esteban Manuel Godoy with an interest rate of 12% 5

year period and semiannual payments. The patisserie dedicated to the production and sale of sweets Loja will last 5 years. It has an organizational design functional, structural and positional as well as the elaboration of a manual of functions that allow a good development of activities and tasks of staff.

With the economic-financial study established the price for each is so sweet for chocolate figures (0.24 grams) the price of the box of 12 units will be priced at retail of \$ 1.28 for the first year, in the same way for the food of milk and various fruit jams will be priced at \$ 1.31 a pound in glass bottles for the first year.

According to the financial analysis: Net Present Value (NPV) of the project is \$ .212.287, 85 dollars which ensures a return on the value of the company at the end of its useful life (5 years). Internal Rate of Return (IRR) of investment is 85.39% which is located well above the interest rate that is 12%. The cost benefit ratio reaches \$ 1.82 which means that for every dollar of investment is obtained 0.82 cents profit. Period Payback project is 2 years, 36months and 12 days. Also the project agreed on an increase in the costs of 51.88% and a decrease in revenues of 28.22% The research results demonstrate the feasibility of implementing the project, since it ensures profitability for investors and on the other hand allows a socio-economic development and business in the city of Loja, and it is a source of employment which will improve living standards.

# *C. INTRODUCCIÓN*

### **c. INTRODUCCIÓN**

Ecuador es una nación multiétnica y pluricultural. Su población está dividida en cuatro regiones Sierra, Costa, Amazonía, y Galápagos. En la región andina o Sierra se destaca la presencia de diferentes dulces y mermeladas de frutas diferentes.

La creación de nuevas empresas y negocios en general, en nuestra localidad es una de las principales fuentes generadoras de recursos económicos y de empleo, por esta razón se ha llevado a cabo el presente trabajo investigativo para brindar a la ciudadanía una nueva alternativa como es la Confitería donde se brindarán variedad de figuras de chocolates, manjar de leche y las mermeladas de piña, higos, manzana, naranja y guayaba con excelente calidad. En nuestra localidad son muy escasas las confiterías que aplican adecuadamente los proyectos de inversión, estudio de mercado, estudio técnico, análisis financiero, estructura administrativa y la legalización, los mismos que brindan y cubren todas las necesidades de la empresa, buscando mejoras continuas a los diferentes dulces.

El proyecto tiene su importancia tanto desde el punto de vista económico como social pues ofrece oportunidad de inversión y fuentes de trabajo, se pondrá al alcance de los clientes una confitería con una variedad de figuras de chocolates, manjares y mermeladas con todas las medidas de higiene, normas de sanidad, alimentos frescos y nutritivos, es decir excelentes productos. Para la implementación de la Confitería Lojana, se ha elaborado un proyecto de inversión en donde se analizan en forma

minuciosa cada una de las diferentes fases del mismo: en primera instancia se detalla toda la teoría referente a la confitería, a la materia prima que servirá para realizar los diferentes productos y conceptos de todas las fases del proyectos, luego se da a conocer los materiales, métodos y técnicas utilizados en la realización del trabajo.

En el Estudio de Mercado se analizan los objetivos que se persiguen tales como: los dulces a ofrecerse en cuanto a figuras de chocolates, manjar de leches, mermelada de piña, higos, manzana, naranja y guayaba; se analiza también la demanda potencial, real o actual y la efectiva; así como la oferta y el balance entre la oferta y la demanda. Así mismo dentro del Estudio de Mercado se encuentra el Plan de Marketing en el que desglosan el producto, precio, publicidad, plaza o distribución. Lo importante y fundamental de este estudio es llegar a cuantificar los posibles consumidores, la competencia y las posibilidades de incursionar en el mercado local.

En el Estudio Técnico se analiza el tamaño del proyecto es decir la macro y micro localización; el tamaño de la confitería en cuanto a su capacidad instalada y su capacidad utilizada; el servicio de venta, el proceso de producción, los requerimientos, la descripción de los equipos y utensilios; y la distribución de la planta.

En el Estudio Administrativo Legal de la futura empresa se analiza su organización legal y administrativa donde se plantean y grafican los organigramas estructural, funcional y posicional, así como se elabora el

manual de funciones para un eficiente desempeño de las tareas tanto del sector administrativo como operativo.

En el Estudio Económico-Financiero se identifican los costos del proyecto, clasificación de los costos, proyección de los costos para la vida útil del proyecto, definición y cuantificación de los costos fijos y variables. Se determina también el presupuesto de ingresos para el primer año de trabajo, la proyección de los ingresos, todo esto relacionado con la capacidad utilizada, el volumen de producción y ventas.

Los presupuestos de ventas proporcionan la información de los ingresos, frente a las tareas de producción, administración y ventas que constituyen los desembolsos o egresos de la confitería para de esta forma estructurar el flujo de caja, seguidamente se presenta un estado de resultados que muestra en forma anticipada las utilidades que se pueden generar en cada uno de los años de vida útil del proyecto.

Luego se procede a realizar la evaluación financiera, utilizando evaluadores como: Tasa Interna de Retorno (TIR), Valor Actual Neto (VAN), Periodo de Recuperación de Capital, Relación Beneficio Costo, Análisis de Sensibilidad, los mimos que reflejan los beneficios y riesgos del proyecto para que en base a estos datos el inversionista tome sus propias decisiones.

Una vez concluidas las fases de elaboración y evaluación del proyecto, se determinaron las conclusiones y recomendaciones en base a los resultados obtenidos.

*d. REVISIÓN*  
*DE*  
*LITERATURA*

#### **d. REVISIÓN DE LITERATURA**

##### **CONCEPTO DE CONFITERÍA**

“Es el arte de hacer pastas, dulces como figuras de chocolates y galletas, manjares, mermeladas, postres, bocaditos, productos salados y productos especiales”<sup>1</sup>.

Cada confitería es un mundo aparte ya que cada local puede especializarse en diferentes productos. Mientras algunas ofrecen el mejor chocolate, manjares, otras ofrecen variedad de tés o cafés, otras se especializan en algún tipo de torta o quizás en sandwiches de miga o galletas. Este elemento distintivo es lo que sirve para diferenciar a cada confitería y para lograr una clientela fiel.

Normalmente, el espacio de una confitería puede variar significativamente en términos de diseño, de tamaño, hasta de servicio. Las confiterías actuales suelen ser más bien sobrias en términos de decoración y cuentan con un mobiliario simple y cómodo. Al mismo tiempo, el servicio ha cambiado ya que algunas confiterías en la actualidad permiten al cliente servirse sus propios productos y llevarlos a la mesa para consumirlos allí. Otras tantas han incluido servicios de entrega a domicilio, lo cual también colabora con el consumo domiciliario de los productos elaborados en el lugar. Y también existen los lugares para que compren los productos en unidades que ofrecen las confiterías.

---

<sup>1</sup> <http://www.laconfiteria.com.pe/nosotros.html>

## **FIGURAS DE CHOCOLATE Y GALLETAS, MANJAR DE LECHE, MERMELADA DE PIÑA, GUAYABA, HIGOS.**

### **CHOCOLATE**

El chocolate es el alimento que se obtiene mezclando azúcar con dos productos derivados de la manipulación de las semillas del



cacao: una materia sólida (la pasta de cacao) y una materia grasa (la manteca de cacao)<sup>2</sup>. A partir de esta combinación básica, se elaboran los distintos tipos y figuras de chocolate, que dependen de la proporción entre estos elementos y de su mezcla o no con otros productos tales como leche y frutos secos.

### **FIGURAS DE CHOCOLATES.** Se

pueden hacer figuras de chocolate como recuerdo de cualquier evento: Bautismo, primera comunión, quince años, baby shower, bodas, aniversarios, fiestas infantiles, despedidas de solteras, en



relación con fechas especiales: Halloween, Navidad, día del amor y la amistad, día del niño, día de las madres, día del padre, el maestro, etc.

Debido a la diversidad de figuras que se pueden hacer, tiene mercancía para vender en todo el año.

---

<sup>2</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Chocolate>

## **TIPOS DE CHOCOLATES**

### **✓ CHOCOLATE NEGRO**

El chocolate negro (llamado también chocolate fondant; chocolate amargo; chocolate bitter; chocolate amer; chocolate puro) es el chocolate propiamente dicho, pues es el resultado de la mezcla de la pasta y manteca del cacao con azúcar, sin el añadido de ningún otro producto.

### **✓ CHOCOLATE DE COBERTURA**

El chocolate de cobertura es el chocolate que utilizan los chocolateros y los pasteleros como materia prima. Puede ser negro o con leche, pero en todo caso se trata de un chocolate con una proporción de manteca de cacao de alrededor del 30%, lo que supone el doble que en los otros tipos de chocolate. La cobertura se usa para conseguir un alto brillo al templar el chocolate y porque se funde fácilmente y es muy moldeable.

### **✓ CHOCOLATE A LA TAZA**

El chocolate a la taza es el chocolate negro (normalmente, con una proporción de cacao inferior al 50%), al que se le ha añadido una pequeña cantidad de fécula (normalmente, harina de maíz) para que a la hora de cocerlo aumente su espesor. Suele disolverse en leche. Hoy en día, es posible encontrar también este chocolate en los comercios en forma ya líquida.

### **✓ CHOCOLATE CON LECHE**

El chocolate con leche es el derivado del cacao más popular. Se trata, básicamente, de un dulce, por lo que la proporción de pasta de cacao suele estar por debajo del 40%. No obstante, buena parte de las más

importantes marcas de chocolate producen tabletas de chocolate con leche con proporciones de cacao inusuales, por encima incluso del 50%, dirigida a los negocios de la pastelería. El chocolate con leche, como su nombre indica, lleva leche añadida, en polvo o condensada.

#### ✓ **CHOCOLATE BLANCO**

En el caso del chocolate blanco, estrictamente, no se trata de chocolate como tal, pues carece en su composición de la pasta de cacao, que es la materia que aporta las propiedades del cacao. Se elabora con manteca de cacao (por lo menos, el 20%), leche (en polvo o condensada) y azúcar. Es un producto extremadamente energético y dulce (no posee regusto amargo). Visualmente muy atractivo, es un elemento decorativo muy usado en la repostería.

#### ✓ **CHOCOLATE RELLENO**

El chocolate relleno, como indica su nombre, es una cubierta de chocolate (en cualquiera de sus variantes y con un peso superior al 25% del total) que recubre frutos secos (avellanas, almendras...), licores, frutas, etc., así como galletas tipo waffer.

#### ✓ **CHOCOLATE EN POLVO**

El chocolate en polvo tiene por objeto su disolución en leche. Se elabora con una proporción de cacao que oscila entre un 25 y un 32%, y se presenta más o menos desgrasado.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Chocolate>

## **MANJARES Y MERMELADAS**

Los manjares y mermeladas, por su composición, son alimentos dulces y con un aporte moderado de calorías, que enriquecen la alimentación y suelen emplearse habitualmente como complemento en el desayuno, además en un sin fin de recetas.

Conviene moderar su consumo, al igual que el de cualquier otro alimento azucarado, en el contexto de la dieta equilibrada.

Estos alimentos pueden ser especialmente interesantes para quienes precisan dietas hipercalóricas, bien por motivos de salud o bien porque el esfuerzo físico que realizan.

Las mermeladas y manjares en las que no se añade azúcar o sacarosa, y si edulcorantes no calóricos, son útiles para quienes tienen que controlar los azúcares de su alimentación como es el caso de la diabetes, de la hipertrigliceridemia, del sobrepeso y de la obesidad. Existen diferentes tipos de manjares o mermeladas como:

### **✓ MANJAR DE LECHE**

El manjar o dulce de leche es, como lo dice su nombre, un producto que se obtiene a partir de leche fresca, la cual es adicionada con panela y otros ingredientes y al ser hervida se



comienza a mezclar con la harina que al mismo tiempo pasa por un proceso de caramelización. Al final del proceso se obtiene de consistencia cremosa, unttable, especial para el uso en la mesa familiar. Presenta

sabor y olor agradables, con un color café brillante característico, provenientes de la caramelización.

Se puede concluir que la leche es una excelente fuente de proteínas esenciales para el crecimiento y desarrollo de niños tanto como para la mantener la salud de los adultos.

PROPIEDADES DE LA LECHE			
<b>Calorías</b>	59 a 65 kcal	<b>Agua</b>	87% al 89%
<b>Carbohidratos</b>	4.8 a 5 gr.	<b>Grasas</b>	3 a 3.1 gr.
<b>Proteínas</b>	3 a 3.1 gr.		
<b>Minerales</b>			
<b>Sodio</b>	30 mg.	<b>Fósforo</b>	90 mg.
<b>Potasio</b>	142 mg.	<b>Cloro</b>	105 mg.
<b>Calcio</b>	125 mg.	<b>Magnesio</b>	8 mg.
<b>Hierro</b>	0.2 mg.	<b>Azufre</b>	30 mg.
		<b>Cobre</b>	0.03 mg.

### ✓ MERMELADA DE GUAYABA

Según la variedad, la guayaba puede tener forma redondeada semejante a un limón o bien estrecharse hacia el pedúnculo, tomando una forma



parecida a la pera. Bajo la cáscara se encuentra una primera capa de pulpa, consistente, firme, de aproximadamente 0,25 centímetros de espesor, variable según la especie. La capa interior es más blanda, jugosa, cremosa y está repleta de semillas de constitución leñosa y dura. tiene unos 4-12 centímetros de longitud y 4-7 de diámetro. Su peso oscila desde los 60 hasta los 500 gramos.

PROPIEDADES NUTRITIVAS DE LA GUAYABA	
Calorías	33%
Hidratos de carbono (g)	6,7
Potasio (mg)	290
Magnesio (mg)	16
Provitamina A (mcg)	72,5
Vitamina C (mg)	273
Niacina (mg)	1,1

### ✓ MERMELADA DE HIGOS

La calidad final de la mermelada va a depender necesariamente de las características de sanidad, madurez y composición de las frutas que se empleen. Las frutas destinadas a la elaboración de la mermelada deben



estar sanas, Si se emplean frutas con principios de descomposición en las que sus características de color, aroma o sabor hayan cambiado, deben ser descartadas, cualquiera de estos estados favorece el desarrollo de microorganismos, en los últimos invaden las frutas entrando por las heridas causadas por maltratos o perforaciones de insectos. También debe evitarse procesar frutas con altos contenidos de pesticidas y demás sustancias que generalmente se emplean para evitar ataques de plagas. Estas sustancias pueden causar cambios en el gusto y sanidad de la mermelada.

### VARIEDADES

Se pueden clasificar en tres grupos dependiendo del color de su piel. Las

variedades blancas, de color blanquecino, amarillento o verde cuando están maduros; las coloreadas, incluyen los frutos de color azulado más o menos claro; y las variedades negras, de color rojo oscuro o negro.

### **CARACTERÍSTICAS**

Forma: los higos adoptan diversas formas, oval, con forma de pera, achatado en la base y más ancho que alto, según la variedad.

Tamaño y peso: normalmente los higos son de pequeño tamaño, de 60-70 milímetros de largo y 45-55 de diámetro y pesan unos 28-40 gramos.

Color: la piel del higo puede ser verde pálido, morada o negra según la variedad y la madurez del fruto. Es comestible, aunque por lo general no se consume. Al abrirlos aparece la pulpa, blanquecina, rosa pálido o morada que esconde cientos de semillas que no estorban al comer el fruto.

Sabor: los higos destacan por su exquisito y perfumado sabor dulce.

### **PROPIEDADES NUTRITIVAS**

<b>Composición por 100 gramos de porción comestible</b>	
Calorías	65,7
Hidratos de carbono (g)	16
Fibra (g)	2,5
Vitamina C (mg)	3,5
Provitamina A (mcg)	25
Potasio (mg)	235
Magnesio (mg)	20
Calcio (mg)	38
<b>mcg = microgramos</b>	

Poseen gran cantidad de agua y son ricos en hidratos de carbono (sacarosa, glucosa, fructosa), por lo que su valor calórico es elevado.

Destaca su riqueza en fibra; que mejora el tránsito intestinal, ácidos orgánicos y minerales como el potasio, el magnesio y el calcio, este último de peor aprovechamiento que el que procede de los lácteos u otros alimentos que son buena fuente de dicho mineral. En cuanto a otros nutrientes, contienen una cantidad moderada de provitamina A, de acción antioxidante. Este nutriente se transforma en vitamina A en nuestro organismo conforme éste lo necesita. Dicha vitamina es esencial para la visión, el buen estado de la piel, el cabello, las mucosas, los huesos y para el buen funcionamiento del sistema inmunológico, además de tener propiedades antioxidantes. El potasio es necesario para la transmisión y generación del impulso nervioso, para la actividad muscular normal e interviene en el equilibrio de agua dentro y fuera de la célula. El magnesio se relaciona con el funcionamiento de intestino, nervios y músculos, forma parte de huesos y dientes, mejora la inmunidad y posee un suave efecto laxante.

#### ✓ **MERMELADA DE PIÑA**

La piña pertenece a la familia de las Bromeliáceas, que comprende unas 1.400 especies de plantas, casi todas herbáceas, de hoja perenne y con flores muy



llamativas. Algunas de ellas producen enzimas proteolíticas (que disgregan las proteínas de los alimentos) y se localizan sobre todo en América tropical.

## **VARIEDADES**

La piña tropical proviene de Sudamérica, concretamente de Brasil. Allí fue donde la encontraron los colonizadores españoles y portugueses. Es el fruto de la planta conocida como Ananás; los portugueses continúan manteniendo este nombre originario que para los indígenas significa "fruta excelente".

Se conocen tres variedades botánicas de piña tropical: Sativus (sin semillas), Comosus (forma semillas capaces de germinar) y Lucidus (permite una recolección más fácil porque sus hojas no poseen espinas).

## **CARACTERÍSTICAS**

Forma: son infrutescencias de forma ovalada y gruesa.

Tamaño y peso: la piña tropical mide unos 30 centímetros y tiene un diámetro de 15. Su peso ronda los dos kilos. La piña baby pesa entre 300 y 700 gramos.

Color: en ambas la pulpa de color amarillo o blanco se encuentra rodeada de brácteas que forman la piel del fruto; en el extremo superior las brácteas se transforman en una llamativa corona de hojas verdes.

Sabor: la pulpa es muy aromática y de sabor dulce. Las piñas pequeñas suelen tener un sabor más delicado que las grandes. La piña baby tiene las propiedades gustativas de la piña tropical, corregidas y aumentadas.

La fruta está madura cuando cambia el color de la cáscara del verde al amarillo en la base de la misma. Las piñas son frutas no climatéricas, por lo que se deben cosechar cuando estén listas para consumirse, ya que no maduran después de su recolección. Un contenido mínimo de sólidos solubles de 12% y una acidez máxima del 1% asegurarán un sabor mínimo aceptable a los consumidores.

## PROPIEDADES NUTRITIVAS

Composición por 100 gramos de porción comestible	
Calorías	46
Hidratos de carbono (g)	11,5
Fibra (g)	1,2
Potasio (mg)	250
Magnesio (mg)	14
yodo (mcg)	30
Vitamina C (mg)	20
Acido fólico (mcg)	11
<b>mcg = microgramos</b>	

Su contenido de agua es alto. Destaca su aporte de hidratos de carbono y de bromelina, una enzima que ayuda a la digestión de las proteínas. A pesar de su sabor dulce, su valor calórico es moderado. Respecto a otros nutrientes, destaca su contenido de potasio, yodo y vitamina C. El potasio, es un mineral necesario para la transmisión y generación del impulso nervioso y para la actividad muscular normal, interviene en el equilibrio de agua dentro y fuera de la célula. El yodo es indispensable para el buen funcionamiento de la glándula tiroidea, que regula el metabolismo. La vitamina C colabora en la formación de colágeno, huesos y dientes, glóbulos rojos y favorece la absorción del hierro de los alimentos y la resistencia a las infecciones. Dicha vitamina posee además acción antioxidante, Su aporte de fibra mejora el tránsito intestinal y beneficia a múltiples alteraciones y enfermedades.

## ✓ MERMELADA DE NARANJA

La naranja es el fruto del naranjo dulce, árbol que pertenece al género citrus de la familia de las rutáceas. Esta familia comprende más de 1.600 especies. El género botánico



citrus es el más importante de la familia, y consta de unas 20 especies con frutos comestibles todos ellos muy abundantes en vitamina C, flavonoides y aceites esenciales. Los frutos, llamados hespérides, tienen la particularidad de que su pulpa está formada por numerosas vesículas llenas de jugo. El naranjo dulce es el más cultivado de todos los cítricos, siendo la especie más importante del género citrus.

## VARIEDADES

Existen numerosas variedades de naranjas con particularidades en su sabor, jugosidad, tamaño, condiciones de cultivo y productividad diferentes. Esto permite que se pueda elegir el tipo más adecuado para cada empleo concreto; bien sea para su consumo como fruta de mesa, zumo, para la fabricación de distintos derivados (mermeladas, macedonias...), etc. Se conocen dos especies de naranjas, cada una con numerosas variedades que se diferencian entre sí sobre todo en el sabor. Las naranjas dulces son las naranjas de mesa por excelencia, mientras que las naranjas amargas tienen un sabor tan ácido y amargo que no se suelen consumir en crudo y se reservan para la elaboración de mermeladas y la obtención de aceites esenciales.

## CARACTERÍSTICAS

Forma: se trata de un fruto en forma esférica, más o menos achatado por los polos.

Tamaño y peso: tiene un diámetro medio de 6 a 10 centímetros. Las naranjas calibran en una escala de diámetros descendentes entre el 0 y 14. El número 14 corresponde a los frutos de menor tamaño y el 0 a los de mayor diámetro (en torno a los 100 milímetros o más). Su peso oscila desde 150 gramos hasta 200 gramos sin la piel.

Color: su cáscara, llamada epicarpio, es muy coloreada y está provista de vesículas oleosas (flavedo). Bajo la cáscara lisa o rugosa según la variedad aparece una segunda piel blanca que envuelve el fruto protegiendo la pulpa o albedo, ésta última muy esponjosa y de color anaranjado.

Sabor: la pulpa se encuentra repleta de 8-12 gajos alargados y curvos que proporcionan abundante jugo de sabor dulce con matices acidulos, más o menos pronunciados según la variedad.

## PROPIEDADES NUTRITIVAS

Composición por 100 gramos de porción comestible	
Calorías	36,6
Hidratos de carbono (g)	8,9
Fibra (g)	2,3
Potasio (mg)	200
Magnesio (mg)	15,2
Calcio (mg)	41
Vitamina C (mg)	50,6
Acido fólico (mcg)	38,7
Beta-caroteno (provitamina A) (mcg)	49

De su composición nutritiva, destaca su escaso valor energético, gracias a su elevado contenido en agua y su riqueza de vitamina C, ácido fólico y minerales como el potasio, el magnesio y calcio. Este último apenas se absorbe por el organismo. Contiene cantidades apreciables de beta-caroteno, responsable de su color típico y conocido por sus propiedades antioxidantes; además de los ácidos málico, oxálico, tartárico y cítrico, esta última potencia la acción de la vitamina C. La cantidad de fibra es apreciable y ésta se encuentra sobre todo en la parte blanca entre la pulpa y la corteza, por lo que su consumo favorece el tránsito intestinal. La vitamina C interviene en la formación de colágeno, huesos y dientes, glóbulos rojos y favorece la absorción del hierro de los alimentos y la resistencia a las infecciones. La provitamina A o beta caroteno se transforma en vitamina A en nuestro organismo conforme éste lo necesita. Dicha vitamina es esencial para la visión, el buen estado de la piel, el cabello, las mucosas, los huesos y para el buen funcionamiento del sistema inmunológico. El ácido fólico interviene en la producción de glóbulos rojos y blancos, en la síntesis material genético y la formación anticuerpos del sistema inmunológico. El potasio es un mineral necesario para la transmisión y generación del impulso nervioso y para la actividad muscular normal, interviene en el equilibrio de agua dentro y fuera de la célula. El magnesio se relaciona con el funcionamiento de intestino, nervios y músculos, forma parte de huesos y dientes, mejora la inmunidad y posee un suave efecto laxante.

## ✓ MERMELADA DE MANZANA

La manzana es una fruta que llama la atención en los mercados porque se puede encontrar todo el año en unas magníficas condiciones de calidad y lista para ser consumida. Esto es posible gracias a las buenas prácticas



de manipulación y conservación del alimento que existen hoy en día. Después de su recolección, a las manzanas que van a ser almacenadas se les aplican diversos métodos de conservación, como el enfriamiento rápido de la fruta, el almacenaje en cajas con películas plásticas y la refrigeración controlada, que reducen la pérdida de agua y evitan que la piel de la manzana se arrugue. La manzana puede comerse fresca, pelada, o con piel, aunque también se puede hacer con ella mermeladas, compota de manzana, jugo de manzana, tarta de manzana. Hay más de 7.500 variedades de manzanas. Las diferentes variedades se distribuyen en climas templados y subtropicales ya que los manzanos no florecen en las zonas tropicales, pues es una de las especies frutales que requiere acumular mayor cantidad de horas de frío (temperaturas inferiores a 7 °C.) durante el descanso invernal.

## **VARIEDADES**

La facilidad de adaptación de este árbol a diferentes climas y suelos, el valor nutritivo de sus frutos y la resistencia a las más bajas temperaturas permiten cultivarlo a gran escala en todos los países de clima

relativamente frío. Existen más de mil variedades de manzanas en todo el mundo, si bien, la gama que nos ofrece el mercado es limitada, ya que tan sólo podemos elegir entre poco más de media docena de variedades.

## **CARACTERÍSTICAS**

Forma: son pomos por lo general de forma ovoide, a veces alargados o redondos, que esconden numerosas semillas de color pardo en su interior. Su piel es casi siempre brillante y lisa.

Tamaño y peso: las manzanas más comercializadas son aquellas cuyo calibre va desde los 75 milímetros hasta los 85 o más. Y su peso oscila desde 170 gramos hasta 250 gramos.

Color: los diferentes colores de la piel hacen que se diferencien las frutas en cuatro grupos: verdes, rojas, amarillas y bicolors. Todas ellas con sabores, aromas y calidad de su carne diferentes.

Sabor: la pulpa puede ser dura o blanda, pero siempre refrescante y jugosa, y su sabor va desde el muy dulce al muy ácido pasando por toda una mezcla de gustos acidulados y azucarados. La carne es más o menos aromática según la variedad.

## **PROPIEDADES NUTRITIVAS**

<b>Composición por 100 gramos de porción comestible (Roja - Golden - Granny Smith)</b>	
Calorías	46 - 40,6 - 41, 5
Hidratos de carbono (g)	11,7 - 10,5 - 10,5
Fibra (g)	1,7 - 2,3 - 1,5
Potasio (mg)	99 - 100 - 110
Magnesio (mg)	5 - 5,6 - 4
Provitamina A (mcg)	4 - 4 - 1,5
Vitamina C (mg)	3 - 12,4 - 4
Vitamina E (mg)	0,5 - 0,4 - 0,5
<b>mcg = microgramos</b>	

Desde el punto de vista nutritivo la manzana es una de las frutas más completas y enriquecedoras en la dieta. Un 85% de su composición es agua, por lo que resulta muy refrescante e hidratante. Los azúcares, la mayor parte fructosa (azúcar de la fruta) y en menor proporción, glucosa y sacarosa, de rápida asimilación en el organismo, son los nutrientes más abundantes después del agua. Es fuente discreta de vitamina E o tocoferol y aporta una escasa cantidad de vitamina C. Es rica en fibra, que mejora el tránsito intestinal y entre su contenido mineral sobresale el potasio. La vitamina E posee acción antioxidante, interviene en la estabilidad de las células sanguíneas como los glóbulos rojos y en la fertilidad. El potasio, es un mineral necesario para la transmisión y generación del impulso nervioso y para la actividad muscular normal, interviene en el equilibrio de agua dentro y fuera de la célula. Las extraordinarias propiedades dietéticas que se le atribuyen a esta fruta se deben en gran medida a los elementos bioquímicos que contiene, entre ellos, flavonoides y quercitina, con propiedades antioxidantes.

*e. MATERIALES*

*Y*

*MÉTODOS*

## **e. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **MATERIALES.**

En todo el trabajo Investigativo los materiales juegan un papel primordial ya que los mismos sirven como complemento dentro del desarrollo de la investigación.

Para la realización del presente trabajo se utilizó los siguientes materiales:

**SUMINISTROS.-** Dentro de los cuales tenemos:

- ✓ Papel.
- ✓ Borradores.
- ✓ Carpetas.
- ✓ Esferos.
- ✓ Lápiz.

**EQUIPOS DE OFICINA.-** Los equipos de oficina utilizados son los siguientes:

- ✓ Calculadora
- ✓ Grapadoras
- ✓ Computadora.
- ✓ Flash Memory.
- ✓ Perforadora
- ✓ Cd.

**RECURSOS HUMANOS.-** Se contó con la Dirección de un Docente de la Universidad Nacional de Loja, de la Carrera de Administración de Empresas y de un aspirante a obtener el Título de Ingeniero Comercial.

**MÉTODOS** Para realizar el presente trabajo Investigativo se utilizó algunos métodos, técnicas, los cuales ayudaron a obtener la información requerida así tenemos:

**Método Científico.-** Este método permitió guiar todo el proceso desde la problemática hasta establecer los resultados y confirmarlos mediante las conclusiones.

**Método Inductivo.-** El método inductivo, que se caracteriza por un procedimiento analítico, es decir del conocimiento particular de varios entes como los potenciales clientes de los productos, para conocer sus necesidades, gustos y preferencias, frecuencia de uso, precios, envoltura, etc., con este método se logró determinar en el estudio de mercado la demanda y oferta de los productos a través de las técnicas de: observación, encuestas, y la entrevista

**Método Deductivo.-** El método deductivo parte de un principio general ya conocido, para inferir en las consecuencias particulares, la deducción consiste a partir de una teoría general para explicar los hechos o fenómenos particulares, el que permitió realizar una descripción sobre la implementación de una empresa de confitería en la ciudad de Loja.

**Método Analítico-Sintético.-** Mediante este método se realizó un estudio de cada una de las partes del proyecto como son: estudio de mercado, estudio técnico, estructura legal y administrativa, estudio y evaluación financiera.

**Técnicas.-** Como soporte del trabajo de investigación se utilizaron las siguientes herramientas de recolección de información como es la observación directa, encuesta y entrevistas.

**Observación Directa:** Permitted determinar aspectos técnicos relacionados con los diferentes procesos para la elaboración de los

productos que conforman la confitería y su comercialización, también sirvió como ayuda para determinar la localización del proyecto, además fue utilizada para observar aspectos relacionados con la competencia en cuanto a publicidad, presentación de los diferentes productos.

**Entrevista:** Se elaboró un cuestionario de preguntas para obtener la información por medio de testimonio oral del entrevistado, esta sirvió para obtener datos exactos para saber la oferta de los productos en el mercado. Se recolectó información real de los diferentes distribuidores que proveen de los productos a tiendas, bodegas, panaderías, supermercados, etc.

<b>DISTRIBUIDORAS</b>
<b>Distribuidora Granda</b>
<b>Distribuidora Calva y Calva</b>
<b>Distribuidora Romar</b>
<b>Distribuidora Alimenticias IASU</b>
<b>Distribuidora Victorino</b>
<b>DIMARI</b>
<b>Distribuidora del AUSTRO</b>

FUENTE: Cámara de Comercio 2011

ELABORACION: El autor

**Encuestas:** fueron aplicadas a los posibles clientes que tendrá la empresa a establecerse como es la confitería, permitiendo determinar la demanda de los productos, las que fueron aplicadas a las personas mayores de 18 años de edad de las diferentes parroquias urbanas de la ciudad de Loja como son: Sucre, El Sagrario, San Sebastián, El Valle; aplicándose a un total de 383 encuestas.

**Tamaño de la Muestra:** En el trabajo investigativo, el universo a quien se dirige los productos son a las personas mayores de edad es decir a los

habitantes de las diferentes parroquias urbanas de la ciudad de Loja. Para la obtención de la información de la población se accedió a los datos de Tribunal Provincial Electoral de las últimas elecciones del Referéndum y Consulta Popular realizado el 7 de mayo del 2011, ya que es una de las fuentes principales para conocer la población de la ciudad de Loja. Se tomó como referencia los habitantes mayores de edad que habitan en las diferentes parroquias de nuestra localidad. (El Sagrario, San Sebastián, Sucre, y El Valle), quienes serían los posibles consumidores de los productos a elaborarse.

Es así que los habitantes mayores de edad desde los 18 años de edad en adelante tenemos: El Sagrario con 4.938; San Sebastián con 11.853; Sucre con 13.175y El Valle 6.441 personas mayores de edad dando un total de 121.208 personas.

Posteriormente elegida la población de estudio se aplicó la fórmula estadística para saber cuántas encuestas se deberían aplicar a cada parroquia urbana de la ciudad de Loja.

#### **FÓRMULA:**

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

#### **SIGNIFICADO:**

N = Número de personas mayores de edad en las diferentes parroquias urbanas de la ciudad de Loja que es de 121.208

Z=Nivel de confianza (95%) = 1.96

p= probabilidad de éxito (0,50%) = 0,5

q= probabilidad de fracaso (0,50%) = 0,5

p+q= 1

e= margen de error que es (5%) = 0,5

(N-1)= corrección de la población

### DESARROLLO DE LA FÓRMULA:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 121.208}{0.05^2 (121.208 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{3.84 * 0.25 * 121.208}{0.0025(121.208) + 3.84 * 0.25} = 383 \text{ Encuestas}$$

Con la aplicación de la fórmula da como resultado que se deben aplicar 383 encuestas a los habitantes mayores de edad en las diferentes parroquias urbanas de la ciudad de Loja.

Luego se utilizó la siguiente fórmula para poder distribuir el número de encuestas en las diferentes parroquias urbanas:

### FÓRMULA:

$$C = \frac{n}{N}$$

### SIGNIFICADO:

C= Coeficiente

N= Número de ciudadanos mayores de edad 121.208

n= Número de encuestas 383

### DESARROLLO DE LA FÓRMULA:

$$C = \frac{n}{N} = \frac{383}{121.208} = 0.0031599$$

Seguidamente se procedió a multiplicar la población distribuida por parroquias por el coeficiente, dando como resultado el número de encuestas aplicadas a cada parroquia:

**CUADRO No. 1  
DISTRIBUCION MUESTRAL**

<b>PARROQUIAS URBANAS DE LA CIUDAD DE LOJA</b>	<b>HABITANTES MAYORES DE EDAD</b>	<b>ENCUESTAS APLICADAS</b>
<b>VALLE</b>	26927	85
<b>SUCRE</b>	44824	142
<b>EL SAGRARIO</b>	23052	73
<b>SAN SEBASTIAN</b>	26407	83
<b>TOTAL</b>	<b>121208</b>	<b>383</b>

FUENTE: Tribunal Provincial Electoral de Loja  
ELABORACION: El autor

**PROCEDIMIENTO:**

Se aplicó la encuesta a 383 personas mayores de 18 años de edad de las diferentes parroquias urbanas de la ciudad de Loja, datos obtenidos por el Tribunal Provincial Electoral de las últimas elecciones del Referéndum y Consulta Popular realizado el 7 de mayo del 2011. Para la oferta se procedió a realizar una encuesta a los propietarios de siete distribuidoras que proveen de los productos a tiendas, bodegas, panaderías, supermercados, etc.

Luego de obtener la información base se procedió a ordenar, clasificar y sistematizar para poder presentar la información a través de cuadros, gráficos, para poder establecer sus respectivas demandas, oferta y demanda insatisfecha

Posteriormente se procedió a realizar el análisis técnico, que partiendo del estudio de mercado se determinó el tamaño de la confitería y su localización.

En lo referente con el tamaño de la planta se determinó en el transcurso del estudio, cuando se obtuvieron los resultados de las encuestas para conocer la demanda del producto, con estos datos se estableció la capacidad de producción lo que determinó el tamaño de la planta.

Con las características de los diferentes productos a elaborarse se definió el proceso a seguir para su elaboración, el tiempo de demora, y su servicio, además se establece un riguroso control de calidad.

En cuanto a la organización y ejecución de las actividades de la empresa se cuenta con todos los elementos necesarios como: equipos, maquinarias, materia prima, talento humano, etc. que permitieron un óptimo desenvolvimiento de todas las actividades dentro de la confitería.

La realización de la actividad comercial requiere de una inversión que en este caso será financiada con capital propio, es decir cada socio aportara con la mitad de la inversión.

Para los 5 años de vida útil del proyecto se llegó a establecer los ingresos percibidos por concepto de venta de los productos, tomando en cuenta la capacidad instalada y los precios de venta establecidos por la competencia. Para determinar el costo total del proyecto se establecieron los costos totales, un margen de utilidad que permitió obtener beneficios a los inversionistas, obteniendo el precio de venta al público de cada producto.

Dentro de la evaluación financiera se determinó las fuentes y usos de fondos de efectivo, para poder determinar la liquidez del proyecto, se elaboró un flujo de caja en base a los ingresos y egresos, el valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR), relación beneficio costo, periodo de recuperación de capital, así como el análisis de sensibilidad que nos ayudó a determinar el grado de riesgo que se puede presentar con el incremento de los costos y una disminución en los ingresos.

En lo referente al Estudio Administrativo Legal se determinó la organización legal y administrativa de la confitería, con sus respectivos niveles jerárquicos, organigramas y manual de funciones.

Al culminar este trabajo investigativo se establecieron conclusiones y recomendaciones.

# f. RESULTADOS

f. **RESULTADOS**

**ENCUESTA APLICADA A LAS PERSONAS MAYORES DE 18 AÑOS**

**1. DATOS GENERALES**

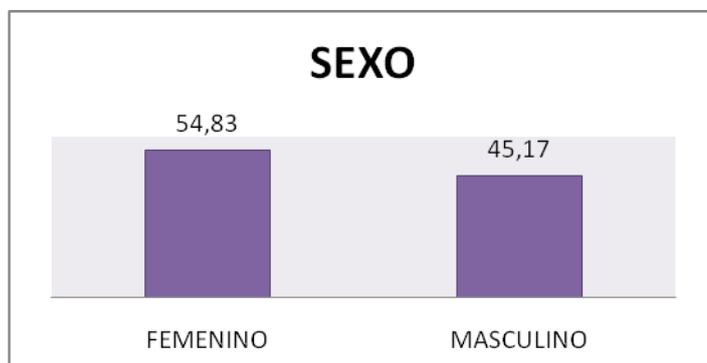
**Sexo**

<b>CUADRO No. 2</b>		
<b>SEXO</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Femenino	210	54.83
Masculino	173	45.17
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100.00</b>

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACION: El autor

**GRÁFICO No. 1**



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** Del total de personas que conformaron el universo de estudio, el 54,83% son de sexo femenino y el 45,17% son de sexo masculino.

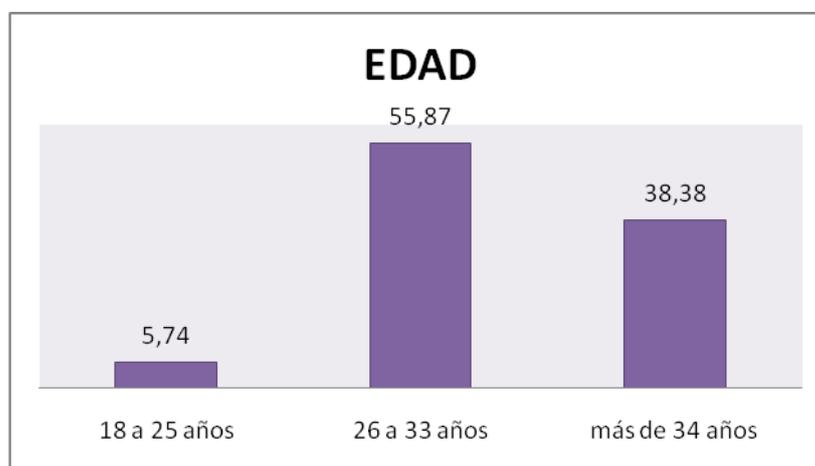
**Edad**

<b>CUADRO No. 3</b>		
<b>EDAD</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
De 18 a 25 años	22	5.74
De 26 a 33 años	214	55.87
De 34 años a más	147	38.38
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100.00</b>

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACION: El autor

**GRÁFICO No. 2**



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** Como se observa en el cuadro 3 correspondiente a las edades de las personas encuestadas hay que darse cuenta que el valor más alto corresponde a las edades entre 26 a 33 años correspondiente a un 55,87%; en segundo lugar tenemos las personas mayores de 34 años con un 38,38%; y en tercer lugar las edades oscilan entre 18 a 25 años con un porcentaje del 5,74%.

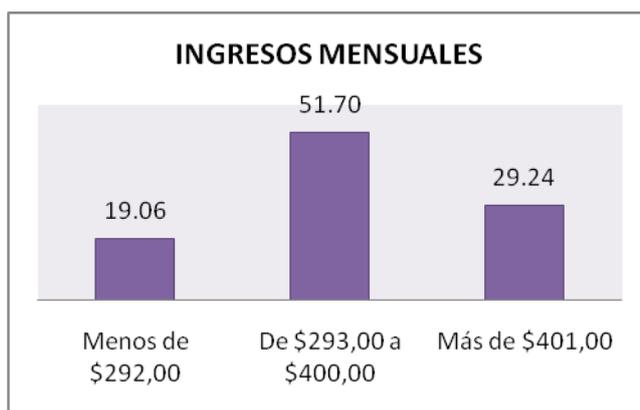
## **INGRESO MENSUAL**

<b>CUADRO No. 4</b>		
<b>INGRESOS MENSUALES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Menos de \$292,00	73	19.06
De \$293,00 a \$400,00	198	51.70
Más de \$401,00	112	29.24
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100.00</b>

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACION: El autor

**GRÁFICO No. 3**



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** Del total de personas encuestadas, el 51,70% perciben un ingreso mensual de \$293 a \$400; mientras que un 29,24% perciben ingresos mayores a \$401; y con un porcentaje del 19,06% tienen ingresos de menos de \$292 significa pueden estar dependiendo de sus padres.

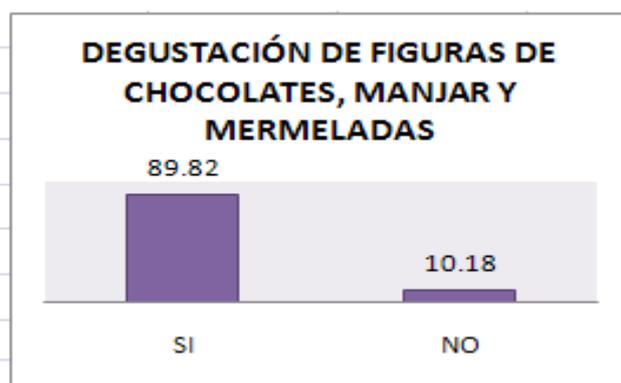
## 2. ¿DEGUSTA USTED FIGURAS DE CHOCOLATE, MANJARES Y MERMELADAS?

CUADRO No. 5		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	344	89.82
NO	39	10.18
TOTAL	383	100.00

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACION: El autor

### GRÁFICO No. 4



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** Esta pregunta tiene por objeto conocer si las personas encuestadas degustan de figuras de chocolates, manjares y mermeladas, donde se obtuvieron los siguientes resultados, el 89,82% de los encuestados respondieron que Si degustan de los chocolates de figuras, de manjares y mermeladas de diferentes sabores; mientras que el 10,18% de los mismos contestaron que No degustan de ninguna clase de chocolates, mermeladas y manjares puesto que les hace mal para la salud.

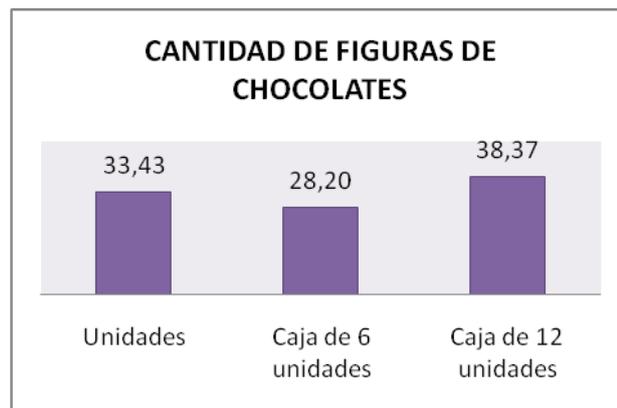
**3. ¿EN QUÉ CANTIDAD CONSUME USTED LAS FIGURAS DE CHOCOLATE, MANJARES Y MERMELADAS?**

<b>CUADRO No. 6</b>		
<b>CHOCOLATES</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Unidades	115	33.43
Caja de 6 unidades	97	28.20
Caja de 12 unidades	132	38.37
<b>TOTAL</b>	<b>344</b>	<b>100.00</b>

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACION: El autor

**GRÁFICO No. 5**

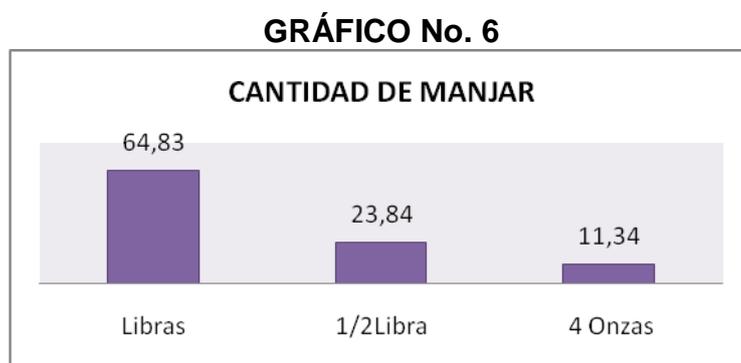


**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** En lo que refiere a la cantidad de figuras de chocolate que consumen los habitantes mayores de 18 años de edad, manifestaron que en unidades el 33,43%, en cajas de 6 unidades representa el 28,20%; y, en cajas de 12 unidades el 38.37%. Con esto podemos darnos cuenta que la mayor población consume las figuras de chocolate en cajas de 12 unidades.

<b>CUADRO No. 7</b>		
<b>MANJARES</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Libras	223	64.83
1/2Libra	82	23.84
4 Onzas	39	11.34
<b>TOTAL</b>	<b>344</b>	<b>100.00</b>

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACION: El autor



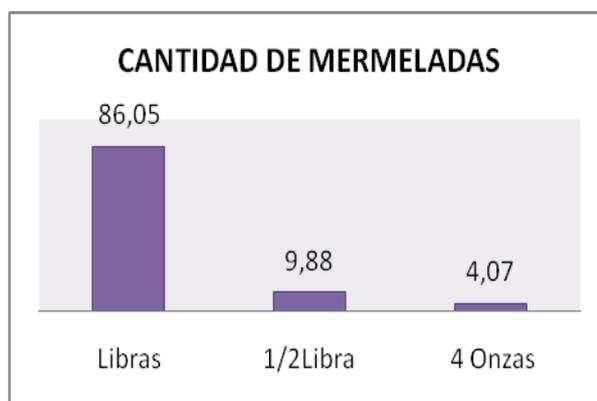
**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** En lo que refiere a la cantidad de manjares que consumen los habitantes mayores de 18 años de edad, manifestaron el 64,83% en libras, el 23,84% en ½ libras y el 11,34% en 4 onzas. Lo que significa que la mayor población consume en libras los manjares.

<b>CUADRO No. 8</b>		
<b>MERMELADAS</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Libras	296	86.05
1/2Libra	34	9.88
4 Onzas	14	4.07
<b>TOTAL</b>	<b>344</b>	<b>100.00</b>

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACION: El autor

**GRÁFICO No. 7**



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** En lo que refiere a la cantidad de mermeladas que consumen los habitantes mayores de 18 años de edad, manifestaron el 86,05% en libras, el 9,88% en ½ libras y el 4,07% en 4 onzas. Lo que significa que la mayor población consume en libras las mermeladas.

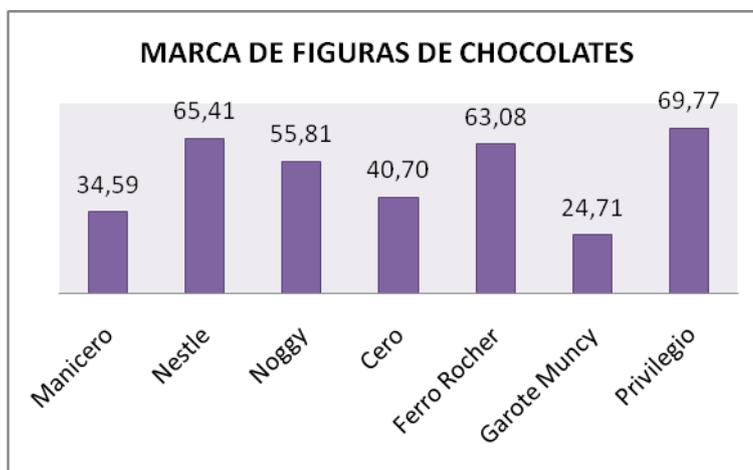
**4. ¿QUÉ CLASE O MARCA DE FIGURAS DE CHOCOLATE, MANJARES Y MERMELADAS PREFERE USTED CONSUMIR?**

<b>CHOCOLATES</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Manicero	119	34.59
Nestlé	225	65.41
Noggy	192	55.81
Cero	140	40.70
Ferro Rocher	217	63.08
Garote Muncy	85	24.71
Privilegio	240	69.77

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACION: El autor

**GRÁFICO No. 8**



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** En lo que refiere a las clases o marcas de figuras de chocolate que compran o consumen los habitantes mayores de 18 años de edad, manifestaron el 34,59% en Manicero, el 65,41% Nestlé, el 55,81% Noggy, EL 40,70% Cero, el 63,08% Ferro Rocher; el 24,71% Garote Muncy, el 69,77% Privilegio, lo que indica que de todas las marcas los habitantes consumen.

<b>CUADRO No. 10</b>		
<b>MANJAR Y MERMELADAS</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Casero	119	34.59
Gustadina	114	33.14
Guayas	225	65.41
Facundo	140	40.70
Snob	138	40.12

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACION: El autor

**GRÁFICO No. 9**



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** En lo que refiere a las clases o marcas de manjar y mermeladas que compran o consumen los habitantes mayores de 18 años de edad, manifestaron el 34,59%% hechos en casa, el 33,14% en marca Gustadina, el 65,41% Guayas, el 40,70% facundo y el 40,12% Snob, lo que se puede evidenciar que los habitantes consumen de toda clase de marcas los manjares y mermeladas.

**5. ¿CÓMO CONSIDERA EL PRECIO DE LAS FIGURAS DE CHOCOLATE, MANJARES Y MERMELADAS EXISTENTES?**

<b>CUADRO No. 11</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
BARATO	97	28.20
ACEPTABLE	208	60.47
CARO	39	11.34
TOTAL	344	100.00

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACION: El autor

**GRÁFICO No. 10**



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** En lo que refiere a como consideran el precio de las figuras de chocolates, manjar y mermeladas los habitantes mayores de 18 años de edad, manifestaron el 28,20% barato, el 60,47% que el precio es aceptable, el 11,34% que son los productos caros.

**6. ¿AL ADQUIRIR LAS FIGURAS DE CHOCOLATE, MANJARES Y MERLELADAS SE FIJA EN?**

<b>CUADRO No. 12</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Precio	94	27.33
Calidad	172	50.00
Presentación	78	22.67
<b>TOTAL</b>	<b>344</b>	<b>100.00</b>

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACION: El autor

**GRÁFICO No. 11**



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** En lo que refiere a las características que toman en cuenta sobre las figuras de chocolate, manjar y mermeladas que compran o consumen los habitantes mayores de 18 años de edad, manifestaron que el precio en un 27,33%, mientras otros indicaron que toman en cuenta la calidad en un 50%; y el 22,67% que es la presentación de los productos. Como se puede evidenciar los habitantes encuestados toman más en cuenta la calidad de los chocolates, manjar y mermelada.

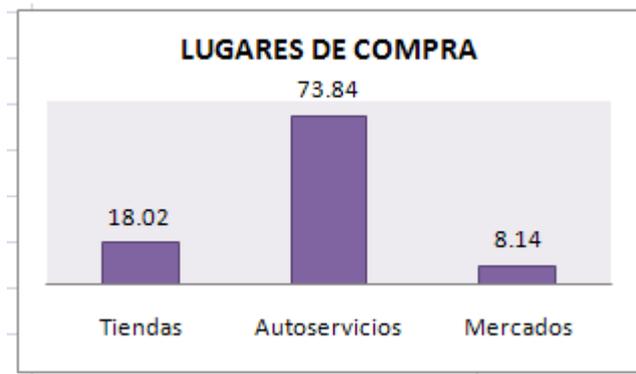
**7. ¿INDIQUE EN QUÉ LUGARES COMPRA USTED LAS FIGURAS DE CHOCOLATE, MANJARES Y MERMELADAS PARA SU CONSUMO?**

<b>CUADRO No. 13</b>		
<b>FIGURAS DE CHOCOLATES</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Tiendas	62	18.02
Autoservicios	254	73.84
Mercados	28	8.14
<b>TOTAL</b>	<b>344</b>	<b>100.00</b>

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACION: El autor

**GRÁFICO No. 12**



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** En lo que refiere a los lugares que compran las figuras de chocolate, los habitantes mayores de 18 años de edad, manifestaron el 18,02% en tiendas cercanas a las casas; el 73,84% en autoservicios puesto que tienen mayor higiene y seguridad; y, el 8,14% en mercados.

**CUADRO No. 14**

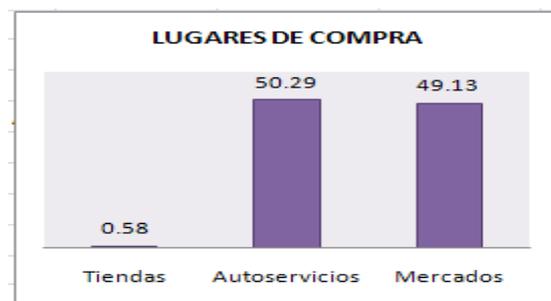
**MANJARES**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Tiendas	2	0.58
Autoservicios	173	50.29
Mercados	169	49.13
TOTAL	344	100.00

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACION: El autor

**GRÁFICO No. 13**

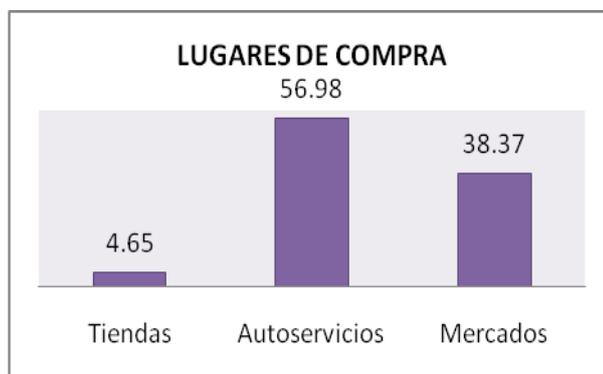


**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** En lo que refiere a los lugares que compran los manjares, los habitantes mayores de 18 años de edad, manifestaron en tiendas el 0,58%, en autoservicios el 50,29%, y en los diferentes mercados de la localidad el 49,13%

<b>CUADRO No. 15</b>		
<b>MERMELADAS</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Tiendas	16	4.65
Autoservicios	196	56.98
Mercados	132	38.37
<b>TOTAL</b>	<b>344</b>	<b>100.00</b>

FUENTE: Estudio de Mercado  
ELABORACION: El autor

**GRÁFICO No. 14**



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** En lo que refiere a los lugares que compran las mermeladas los habitantes mayores de 18 años de edad, manifestaron en tiendas el 4,65%, en autoservicios el 56.98%, y en los diferentes mercados de la localidad el 38,37%. Lo que se evidencia que compran en autoservicios ya que indican que son lugares que tienen higiene y buena calidad.

8. ¿SI SE IMPLEMENTARÍA UNA EMPRESA (CONFITERIA) PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE FIGURAS DE CHOCOLATE (0,24 gramos cada uno), MANJAR DE LECHE Y MERMELADAS DE PIÑA, NARANJA, MANZANA, HIGOS Y GUAYABA EN LA CIUDAD DE LOJA ESTARÍA USTED DISPUESTO A COMPRAR DICHOS PRODUCTOS?

CUADRO No. 16		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	216	62.79
NO	128	37.21
TOTAL	344	100.00

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACION: El autor

**GRÁFICO No. 15**



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** En lo que tiene que ver con esta interrogante que si se creara una confitería para la venta de figuras de chocolates, manjar de leche, mermeladas de piña, higos, naranja, manzana y guayaba los habitantes mayores de 18 años de edad indicaron que si comprarían en la empresa a establecerse que representa el 62,79% ya que se debería apoyar a las empresas Lojanas, mientras que

no comprarían en la nueva empresa el 37,21% ya que hay variedad de estos productos y en diferentes marcas y precios.

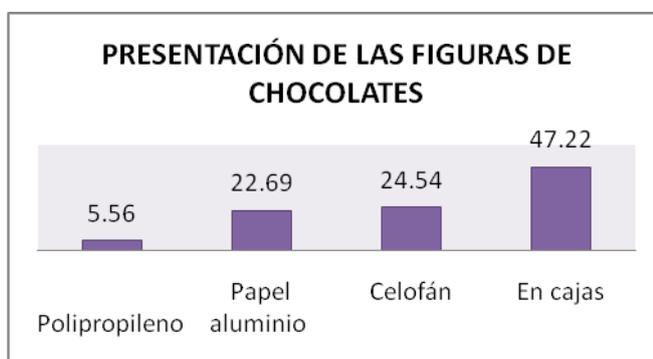
### 9. ¿COMÓ LE GUSTARÍA LA PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS A ELABORARSE EN LA CONFITERÍA?

CUADRO No. 17		
FIGURAS DE CHOCOLATES		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Polipropileno	12	5.56
Papel aluminio	49	22.69
Celofán	53	24.54
En cajas	102	47.22
TOTAL	216	100.00

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACION: El autor

### GRÁFICO No. 16



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** En lo que respecta a la presentación de las figuras de chocolates que los habitantes mayores de 18 años edad les gustaría indicaron que en polipropileno el 5,56%, otros en Papel aluminio que representa el 22,69%, en celofán el 24,54%; y, en cajas el 47,22%.

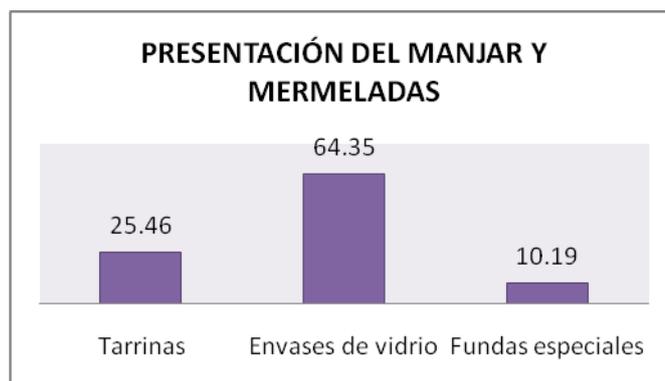
Con esto podemos darnos cuenta que los chocolates en figuras se lo realizará en cajas.

<b>CUADRO No. 18</b>		
<b>MANJARES Y MERMELADAS</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Tarrinas	55	25.46
Envases de vidrio	139	64.35
Fundas especiales	22	10.19
<b>TOTAL</b>	<b>216</b>	<b>100.00</b>

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACION: El autor

**GRÁFICO No. 17**



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** En lo que respecta a la presentación de los manjares y mermeladas que los habitantes mayores de 18 años edad les gustaría indicaron que en tarrinas el 25,46%, el 64,35% en envases de vidrio, y el 10,19% en fundas especiales. Con esto podemos darnos cuenta que el manjar de leche y las mermeladas que la confitería va a elaborar, se lo realizará en envases de vidrio.

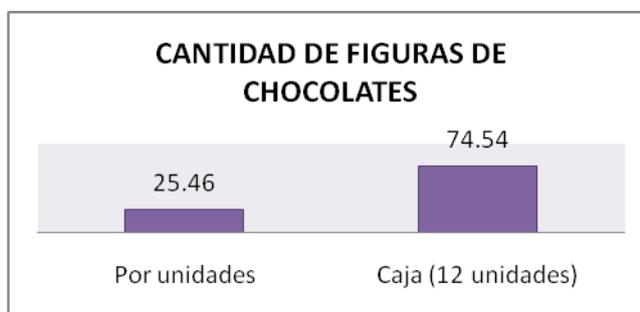
**10.¿CÓMO LE GUSTARÍA ADQUIRIR LAS FIGURAS DE CHOCOLATE (0,24 gramos cada figura), LA MERMELADA DE LECHE Y LAS DIFERENTES MERMELADAS QUE SE ELABORARÍAN EN LA CONFITERÍA?**

<b>CUADRO No. 19</b>		
<b>FIGURAS DE CHOCOLATES</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Por unidades	55	25.46
Caja (12 unidades)	161	74.54
<b>TOTAL</b>	<b>216</b>	<b>100.00</b>

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACION: El autor

**GRÁFICO No. 18**



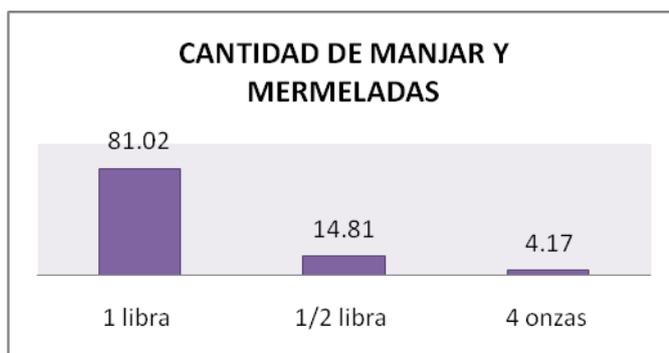
**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** En lo que respecta a la cantidad de figuras de chocolates que a los habitantes mayores de 18 años edad les gustaría adquirir, indicaron el 25,46% por unidades, mientras que el 74,54% en cajas de 12 unidades. Con esto podemos darnos cuenta que las figuras de chocolates que la empresa va a elaborar se los realizará en cajas de 12 unidades.

CUADRO No. 20		
MANJARES Y MERMELADAS		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
1 libra	175	81.02
1/2 libra	32	14.81
4 onzas	9	4.17
TOTAL	216	100.00

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACION: El autor

**GRÁFICO No.19**



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** En lo que respecta a la cantidad de manjar de leche y mermeladas que a los habitantes mayores de 18 años edad les gustaría adquirir, indicaron que el 81,02% por libras, mientras que el 14,81% de 1/2 libras, y el 4,17% en 4 onzas... Con esto podemos darnos cuenta que las mermeladas y manjar que la empresa va a elaborar se los realizará en 1 libra.

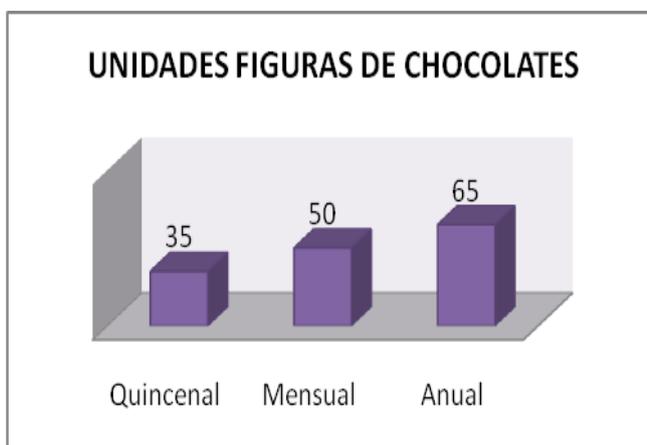
11. ¿INDIQUE CON QUÉ FRECUENCIA Y CADA QUE TIEMPO CONSUMIRÍA USTED LAS FIGURAS DE CHOCOLATE (caja de 12 unidades), MANJAR DE LECHE Y LAS MERMELADAS DE PIÑA, NARANJA, MANZANA, HIGOS Y GUAYABA (una libra)?

CUADRO No. 21					
FIGURAS DE CHOCOLATES			MANJARES Y MERMELADAS		
ALTERNATIVAS	UNIDADES	HABITANTES	ALTERNATIVAS	LIBRAS	HABITANTES
Quincenal	35	45	Quincenal	8	43
Mensual	50	70	Mensual	24	59
Anual	65	101	Anual	56	114
TOTAL	150	216	TOTAL	88	216

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACION: El autor

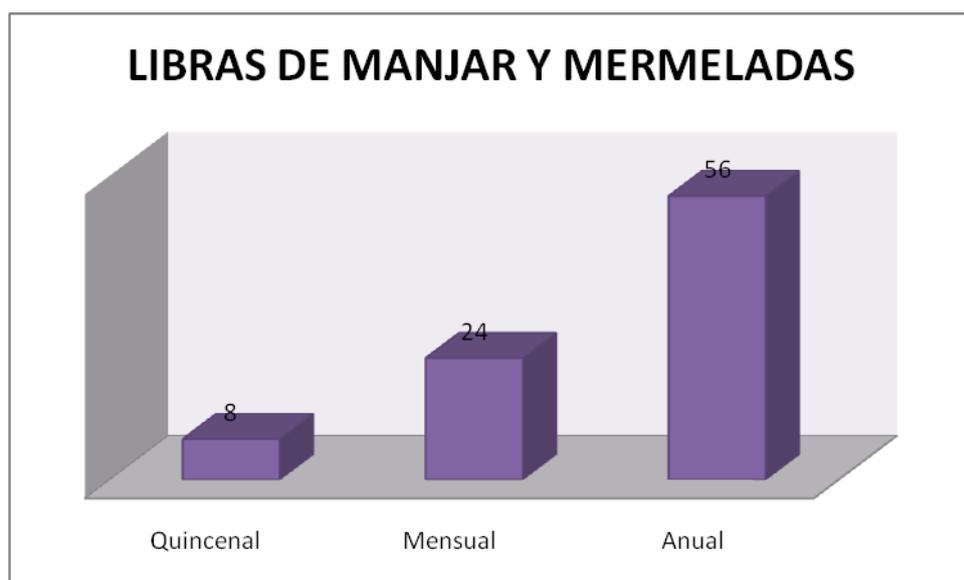
GRÁFICO No. 20



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** En lo que tiene que ver cada que tiempo y la frecuencia de compra de las figuras de chocolates, los habitantes encuestados indicaron: 45 habitantes consumirían

quincenalmente 35 figuras de chocolates, mientras que 70 habitantes manifestaron que consumirían 50 figuras de chocolates mensualmente, y 101 habitantes contestaron que consumirían 65 figuras de chocolates anualmente.

**GRÁFICO No. 21**



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** En lo que tiene que ver con el tiempo y la frecuencia de compra de las mermeladas y manjar de leche, los habitantes encuestados indicaron que consumirían quincenalmente 8 libras entre manjar y mermeladas esto representa a 43 habitantes, mientras que 59 personas encuestadas indicaron que consumirían mensualmente 24 libras, 114 encuestados indicaron que consumirían anualmente 56 libras entre manjar y mermeladas de diferente frutas ya que es buen acompañante para los desayunos.

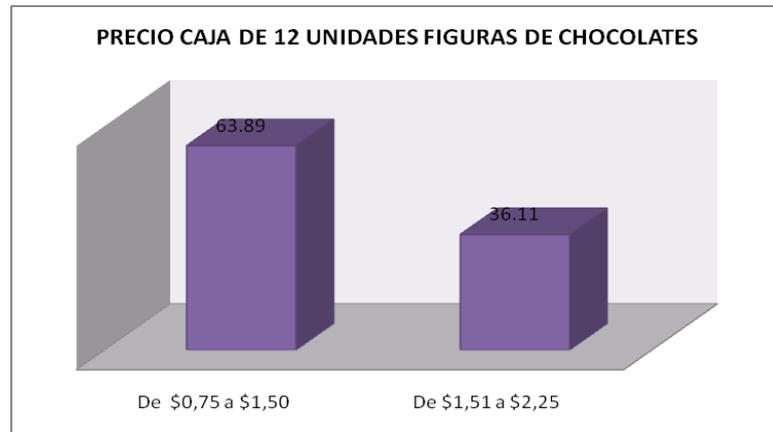
**12.¿INDIQUE QUÉ PRECIOS PAGARÍA POR LAS FIGURAS DE CHOCOLATE (caja de 12 unidades), MANJAR DE LECHE Y LAS DIFERENTES MERMELADAS (libra) EN LA CONFITERÍA A ESTABLECERSE?**

<b>CUADRO No. 22</b>		
<b>FIGURAS DE CHOCOLATES</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
De \$0,75 a \$1,50	138	63.89
De \$1,51 a \$2,25	78	36.11
<b>TOTAL</b>	<b>216</b>	<b>100.00</b>

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACION: El autor

**GRÁFICO No. 22**



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** En lo que tiene que ver con el precio que pagarían por la compra de las cajas de 12 unidades de las figuras de chocolates los encuestados mayores de 18 años indicaron que pagarían de \$0,75 a \$1,50 esto representa el 63,89% lo que indica que ha ese precio se aproximaría la venta al público de los productos a elaborarse,

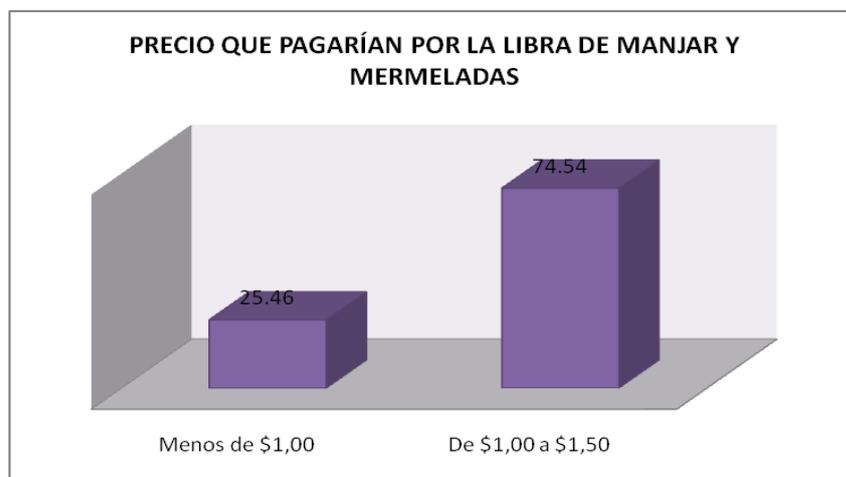
mientras que otros indicaron que pagarían de \$1,51 a \$2,25 lo cual corresponde al 36,11% de los encuestados.

<b>CUADRO No. 23</b>		
<b>MANJARES Y MERMELADAS</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Menos de \$1,00	55	25.46
De \$1,00 a \$1,50	161	74.54
<b>TOTAL</b>	<b>216</b>	<b>100.00</b>

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACION: El autor

**GRÁFICO No.23**



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** En lo que tiene que ver con el precio que pagarían por la compra de las libras de manjar y mermeladas los encuestados mayores de 18 años indicaron que pagarían menos de \$1,00 esto representa el 25,46%, mientras que de \$1,00 a \$1,50 lo que equivales al 74,54%.

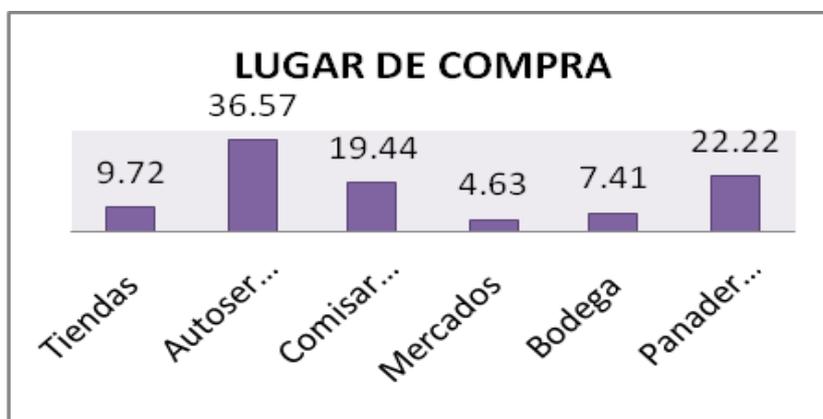
**13.¿EN QUÉ LUGAR LE GUSTARÍA ADQUIRIR LOS DIFERENTES PRODUCTOS DE LA CONFITERÍA A INCREMENTARSE?**

CUADRO No. 24		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Tiendas	21	9.72
Autoservicios	79	36.57
Comisariatos	42	19.44
Mercados	10	4.63
Bodega	16	7.41
Panaderías	48	22.22
TOTAL	216	100.00

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACION: El autor

**GRÁFICO No.24**



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** En lo que respecta al lugar de compra los habitantes mayores de 18 años de edad indicaron que les justaría adquirir los chocolates, manjar y mermeladas en las tiendas que representa el 9,72%, otros en autoservicios que corresponde al 36,57%,

en comisariatos que es el 19,44%, en mercados es el 4,63%, en bodegas el 7,41%, en las diferentes panaderías el 22,22%.

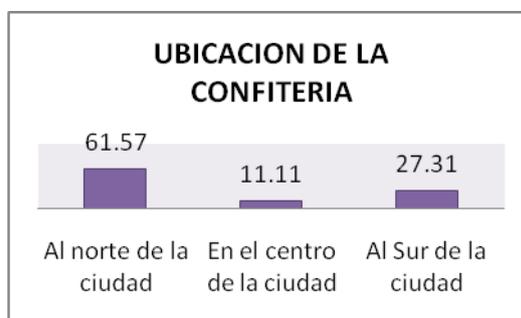
#### 14.¿EN QUÉ LUGAR LE GUSTARÍA QUE SE UBICARA LA CONFITERÍA?

CUADRO No. 25		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Al norte de la ciudad	133	61.57
En el centro de la ciudad	24	11.11
Al Sur de la ciudad	59	27.31
TOTAL	216	100.00

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACION: El autor

#### GRÁFICO No. 25



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** en lo que tiene que ver el lugar de ubicación de la Confitería los habitantes encuestados mayores de 18 años de edad indicaron que les gustaría que se encuentre ubicada al norte de la ciudad ya que las empresas deben estar en el parque industrial que es por el sector Amable María esto representa el 61,57%, mientras el 11,11% indicaron que en el centro de la ciudad; el 27,31% al sur de Loja. Lo cual indica que la Confitería estará ubicada en el Sector Amable María

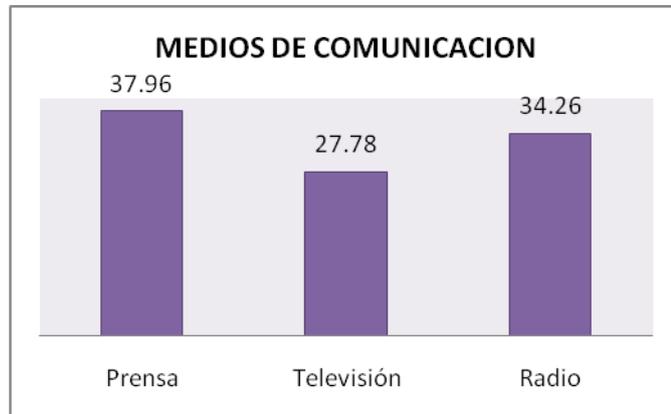
**15.¿EN QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN LE GUSTARÍA QUE SE DE A CONOCER LA CONFITERÍA A CREARSE?**

<b>CUADRO No. 26</b>		
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Prensa	82	37.96
Televisión	60	27.78
Radio	74	34.26
<b>TOTAL</b>	<b>216</b>	<b>100.00</b>

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACION: El autor

**GRÁFICO No. 26**



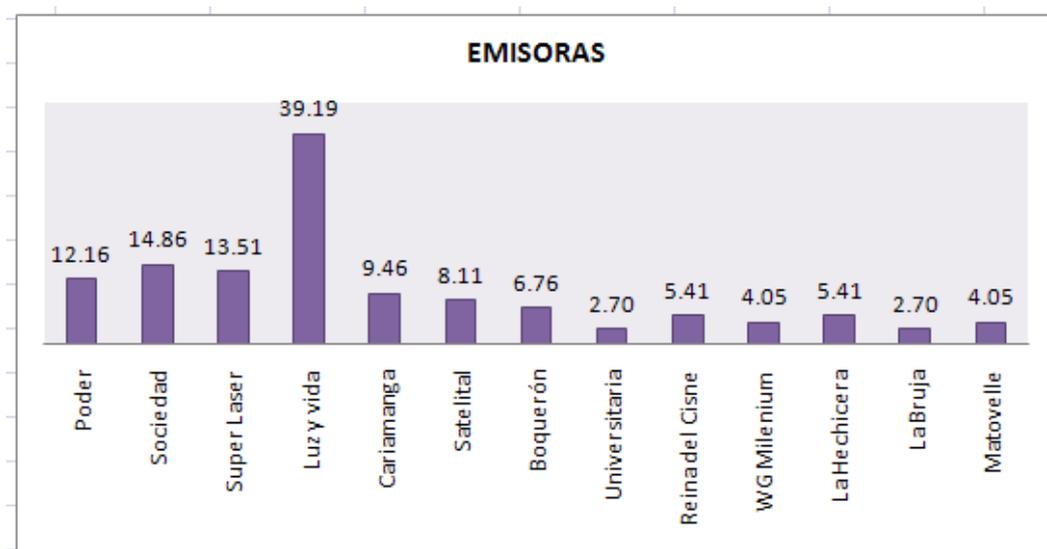
**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** En lo que respecta a los medios de comunicación a la población en estudio les agrada saber sobre la confitería a establecerse, manifestaron el 37,96 en la prensa, mientras que el 27,78% en la Televisión y el 34,26% en las emisoras de la localidad. Lo cual se evidencia que se dará a conocer sobre la nueva empresa en la prensa y radios de la localidad.

**16.¿SI LA RESPUESTA DE LA PREGUNTA 16 ES EN LA RADIOS,  
INDIQUE EN QUÉ EMISORA Y EN QUÉ HORARIO?**

CUADRO No. 27		
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Poder	9	12.16
Sociedad	11	14.86
Súper Laser	10	13.51
Luz y vida	29	39.19
Cariamanga	7	9.46
Satelital	6	8.11
Boquerón	5	6.76
Universitaria	2	2.70
Reina del Cisne	4	5.41
WG Milenium	3	4.05
La Hechicera	4	5.41
La Bruja	2	2.70
Matovelle	3	4.05

FUENTE: Estudio de Mercado

**GRÁFICO No. 27**



CUADRO NO. 28		
HORARIO	FRECUENCIA	%
Mañana	16	21.62
Tarde	37	50.00
Noche	21	28.38
TOTAL	74	100

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACION: El autor

**GRÁFICO No. 28**



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** En lo que respecta a la emisora y que horarios que les gustaría conocer sobre la confitería a establecerse los habitantes encuestados manifestaron en un porcentaje mayor que es la emisora Luz y Vida que representa el 39,19% y en el horario de la tarde.

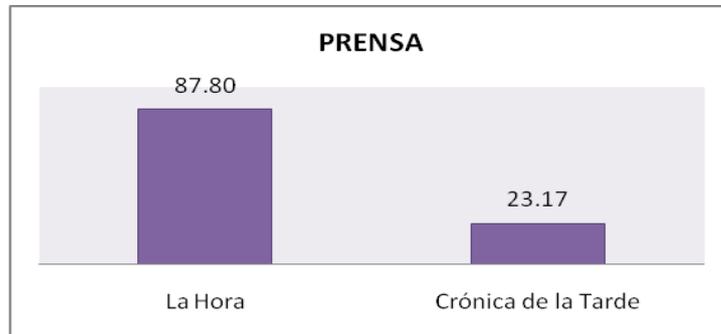
**17.¿SI SU RESPUESTA DE LA PREGUNTA 16 ES LA PRENSA, INDÍQUE EN QUÉ PERIÓDICOS Y CUÁNTAS VECES A LA SEMANA?**

CUADRO NO. 29		
PRENSA	FRECUENCIA	%
La Hora	72	87.80
Crónica de la Tarde	19	23.17

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACION: El autor

**GRÁFICO No. 29**

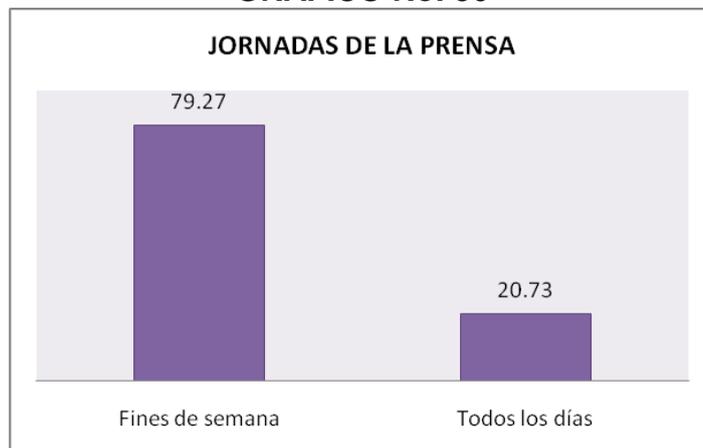


PRENSA	FRECUENCIA	%
Fines de semana	65	79.27
Todos los días	17	20.73
TOTAL	82	100

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACION: El autor

**GRÁFICO No. 30**



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** En lo que respecta a los medios impresos y jornada que les gustaría que se dé a conocer sobre la nueva confitería, los habitantes encuestados manifestaron en mayor porcentaje

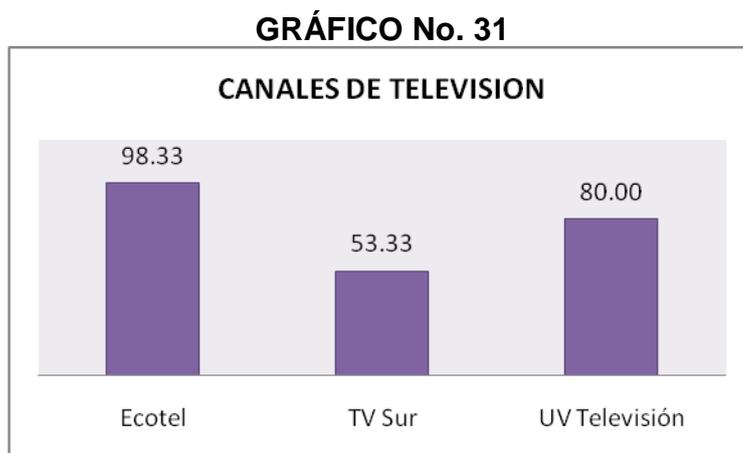
en el periódico Hora que representa el 87,80% y los fines de semana que corresponde al 79,27%.

**18.¿SI LA RESPUESTA DE LA PREGUNTA 16 ES EN LA TELEVISIÓN, ÍNDIQUE EN QUE CANAL Y EN QUÉ HORARIO?**

<b>CUADRO NO. 31</b>		
<b>TELEVISIÓN</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Ecotel	59	98.33
TV Sur	32	53.33
UV Televisión	48	80.00

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACION: El autor

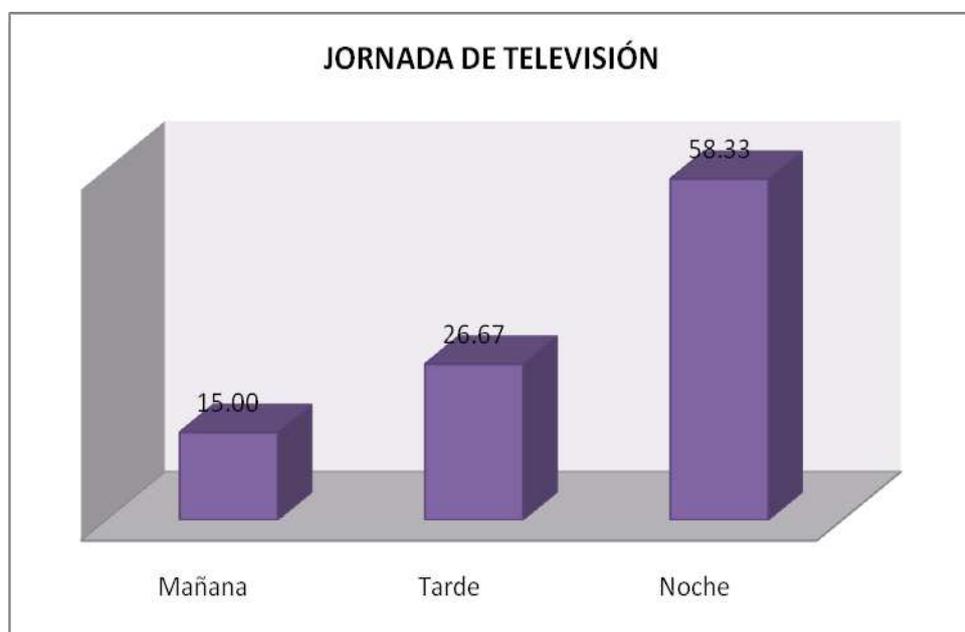


<b>CUADRO NO. 32</b>		
<b>TELEVISIÓN</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Mañana	9	15
Tarde	16	26.67
Noche	35	58.33
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

FUENTE: Estudio de Mercado

ELABORACION: El autor

**GRÁFICO No. 32**



**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** En lo que respecta al medio televisivo y jornada que les gustaría que se dé a conocer sobre la nueva confitería, los habitantes encuestados manifestaron en mayor porcentaje en el Ecotel que equivale 98,33% en las noches que corresponde al 58,33% ya que ahí se sintoniza con mayor facilidad.

## **ENTREVISTA APLICADA A LOS OFERTANTES DE LA CIUDAD DE LOJA**

Para realizar el análisis de los ofertantes de las figuras de chocolates, manjar de leche, mermeladas de piña, manzana, naranja, higos, guayaba, en la ciudad de Loja, se realizó una entrevista a 7 distribuidores que proveen de productos a comisariatos, tiendas, bodegas, panaderías, supermercados, autoservicios, etc. como son: Distribuidora Granda, Calva y Calva, Romar, Alimenticias IASU, Victorino, DIMARI, del Austro

Indicaron que la procedencia de los diferentes productos es desde Quito, Guayaquil y Cuenca especialmente del Grupo Noboa S.A., la Universal. El precio de los productos varían de acuerdo a la marca y cantidad; las ventas que realizan son pagadas en algunas ocasiones al contado y en otras a crédito

De conformidad con la entrevista realizada a los 7 distribuidores, se determinó que el porcentaje de crecimiento en ventas está en un 3,27% anual que es el promedio de las distribuidoras mencionadas.

Manifestaron que comercializan todo tipo de sabores de mermelada como: de pina, guayaba, leche, higos, papaya, frutilla, cereza, mora, manzana, durazno, uva, entre otras; y, de diferentes marcas como: SNOB, FACUNDO, GUAYAS, GUSTADINA, NESTLE, así mismo toda clase de chocolates en sus diferentes marcas.

En cuanto a la cantidad de manjares y mermeladas que comercializan es de 325.468 unidades anuales diferentes sabores (libras en envase de vidrio) En lo que respecta a los chocolates de las diferentes marcas tenemos que comercializan un total de 454.848 figuras de chocolates de

0,24 gramos (cajas de 12 unidades) como se lo demuestra en los siguientes cuadros.

<b>CUADRO No. 33</b>			
<b>CHOCOLATES CAJAS DE 12 UNIDADES</b>			
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>VENTAS</b>	<b>PERIODO</b>	<b>VENTAS ANUALES</b>
Quincenal	360	26	9360
Mensual	624	12	7488
Anual	1200	365	438000
<b>TOTAL</b>	<b>2184</b>		<b>454848</b>

FUENTE: DISTRIBUIDORES

ELABORACION: El autor

<b>CUADRO No. 34</b>			
<b>MANJAR Y MERMELADAS EN LIBRAS</b>			
<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>VENTAS</b>	<b>PERIODO</b>	<b>VENTAS ANUALES</b>
Quincenal	280	26	7280
Mensual	479	12	5748
Anual	856	365	312440
<b>TOTAL</b>	<b>1615</b>		<b>325468</b>

FUENTE: DISTRIBUIDORES

ELABORACION: El autor

# *g. DISCUSIÓN*

## **g. DISCUSIÓN**

**ESTUDIO DE MERCADO:** Con la realización del estudio de mercado se va a determinar la demanda y la oferta, los gustos y preferencias del consumidor para satisfacer sus necesidades y deseos en cuanto a las figuras de chocolates, manjar de leche y las mermeladas de Piña, Higos, Naranja, Manzana, Guayaba.

**PRODUCTOS:** Los productos son las figuras de chocolates, manjar de leche y las mermeladas de Piña, Higos, Naranja, Manzana, y Guayaba que servirán para la comercialización a la ciudadanía en general, los mismos que cumplirán con las debidas normas de calidad e higiene, además con la elaboración de estos productos se ofrecerá fuentes de empleo de forma directa e indirecta que serán debidamente capacitados para garantizar la calidad del producto y un adecuado servicio al cliente.

**ANÁLISIS DE LA DEMANDA:** La demanda es el número de personas que están dispuestos a comprar o adquirir los diferentes productos para satisfacer la necesidad de alimentación a un precio establecido y cómodo. La finalidad de realizar el análisis de la demanda es determinar en los demandantes las características esenciales como: poder adquisitivo, cantidad de consumo, la frecuencia de consumo, entre otros.

**DEMANDANTES REALES:** Es el conjunto de personas que actualmente degustan de las figuras de chocolates, manjar de leche y las mermeladas

de Piña, Higos, Naranja, Manzana, Guayaba en los lugares iguales o similares en la ciudad de Loja.

Para establecer la demanda real o actual realizamos el siguiente procedimiento: multiplicamos la demanda potencial que es toda la población es decir 121.208, por el porcentaje de personas que consumen las figuras de chocolates, manjar de leche y las mermeladas de Piña, Higos, Naranja, Manzana, Guayabas que se encuentra en el cuadro 5 de las encuestas aplicadas que es 89,82%, obteniendo como resultado una demanda real o actual de 108.869 personas, así como se muestra en el siguiente cuadro:

<b>CUADRO No. 35</b>	
<b>DEMANDA REAL O ACTUAL</b>	
Demanda Potencial ( habitantes)	121.208
Porcentaje de personas que consumen figuras de chocolate, manjares y mermeladas	89,82%
<b>TOTAL DE LA DEMANDA REAL (habitantes)</b>	<b>108.869</b>

Fuente: Demanda potencial y cuadro 5  
Elaboración: El Autor

## **DEMANDANTES EFECTIVOS**

Es el conjunto de personas que están dispuestas a consumir las figuras de chocolates, manjar de leche y las mermeladas de Piña, Higos, Naranja, Manzana, Guayaba que se ofrecerán en la nueva Confitería a establecerse.

Para obtener la demanda efectiva multiplicamos la demanda actual o real que se muestra en el cuadro 35 que es 108.869, por el porcentaje de personas que si les gustaría adquirir los productos a elaborarse en la nueva empresa ofrecerse que se muestra en el cuadro 16 de las encuestas realizadas a las personas, el mismo que es el 62,79%, obteniendo como resultado una demanda efectiva de 68.359 personas, cuyo resultado se muestra en el siguiente cuadro:

<b>CUADRO No. 36</b>	
<b>DEMANDA EFECTIVA</b>	
Demanda Real o Actual	108.869
Porcentaje de personas que comprarían los productos en la Confitería a constituirse	62,79%
<b>TOTAL DE LA DEMANDA EFECTIVA</b>	<b>68.359</b>

Fuente: cuadro No. 16 y 35  
Elaboración: El Autor

## **PROMEDIO DE CONSUMO**

El consumo promedio anual es igual a la sumatoria de todos los consumos: quincenal, mensual, y anual dividido para el total de consumidores de las figuras de chocolates, manjar y mermeladas, es por ello que da como resultado de 25.989 figuras de chocolates anuales, mientras que para el manjar de leche y las diferentes mermeladas se obtiene un consumo promedio anual de 4.430.

CUADRO No. 37									
FIGURAS DE CHOCOLATES					MANJARES Y MERMELADAS				
ALTERNATIVAS	UNIDADES	HABITANTES	PERIODO	CONSUMO ANUAL CAJAS	ALTERNATIVAS	LIBRAS	HABITANTES	PERIODO	CONSUMO ANUAL LIBRAS
Quincenal	35	45	26	910	Quincenal	1	43	26	26
Mensual	52	70	12	624	Mensual	2	59	12	24
Anual	67	101	365	24455	Anual	12	114	365	4380
<b>TOTAL</b>	<b>154</b>	<b>216</b>		<b>25989</b>	<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>216</b>		<b>4430</b>

FUENTE: cuadro 21

ELABORACION: El autor

Con los datos obtenidos del cuadro 37 se procedió a establecer el consumo per-cápita de las figuras de chocolates que es de 25.989 cajas de chocolates de 12 unidades, esto dividido para el número de habitantes que consumirían el producto a elaborarse que es decir 216 obteniendo un total de 120 unidades anualmente, es decir 10 cajas de chocolates de 12 unidades; el mismo procedimiento se realizó para el manjar de leche y las diferentes mermeladas dando como resultado 21 libras anuales.

CPA= Consumo Promedio Anual

## FIGURAS DE CHOCOLATE

CPA=	$\frac{\text{CONSUMO ANUAL}}{\text{No. de encuestas}}$
------	--------------------------------------------------------

CPA=	$\frac{25989}{216}$
------	---------------------

CPA=	120	unidades anuales
------	-----	------------------

CPA=	10	cajas de 12 unidades anuales
------	----	------------------------------

## MANJAR Y MERMELADAS

CPA=	$\frac{\text{CONSUMO ANUAL}}{\text{No. De encuesta}}$
------	-------------------------------------------------------

CPA=	$\frac{4430}{216}$
------	--------------------

CPA=	21	libras anuales
------	----	----------------

CPA=	1.71	libras mensuales
------	------	------------------

## PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

La proyección de la demanda se la obtuvo de la siguiente manera: para proyectar la población tomamos la población (Tribunal Provincial Electoral Loja Año 2011) que es 121.208 personas multiplicamos por el 2,08% que es el índice de crecimiento de la población (INEC). Para proyectar la demanda potencial sacamos el 100% de la proyección de la población, ya que se asume que cada persona consumiría un producto; para la proyección actual o real se toma el 89,82% de la demanda potencial; para la proyección de la demanda efectiva se la obtiene del 62,79% de la demanda real y todo esto se multiplica por el consumo promedio como se demuestra a continuación:

CUADRO No. 38					
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA DE LA LAS FIGURAS DE CHOCOLATES EN CAJAS DE 12 UNIDADES ( 0,24 GRAMOS CADA UNO)					
AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA REAL	DEMANDA EFECTIVA	CONSUMO PROMEDIO ANUAL EN CAJAS	DEMANDA EFECTIVA PROYECTADA EN CAJAS DE 12 UNIDADES
	100.00%	89.82%	62.79%	10	
0	121,208	108,869	68,359	10	683,589
1	123,729	111,134	69,781	10	697,807
2	126,303	113,445	71,232	10	712,322
3	128,930	115,805	72,714	10	727,138
4	131,612	118,213	74,226	10	742,262
5	134,349	120,672	75,770	10	757,701
<b>TOTAL</b>	<b>766,130</b>	<b>688,138</b>	<b>432,082</b>		<b>4,320,819</b>

Fuente: cuadros 35,36 y 37  
Elaboración: El autor

CUADRO No. 39					
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA DE MANJAR DE LECHE, MERMELADA DE PIÑA, HIGOS, MANZANA, NARANJA, GUAYABA					
AÑOS	POBLACIÓN	DEMANDA REAL	DEMANDA EFECTIVA	CONSUMO PROMEDIO ANUAL EN LIBRAS	DEMANDA EFECTIVA PROYECTADA EN LIBRAS
	2.08%	89.82%	62.79%	21	
0	121,208	108,869	68,359	21	1,435,536
1	123,729	111,134	69,781	21	1,465,395
2	126,303	113,445	71,232	21	1,495,875
3	128,930	115,805	72,714	21	1,526,990
4	131,612	118,213	74,226	21	1,558,751
5	134,349	120,672	75,770	21	1,591,173
<b>TOTAL</b>	<b>766,130</b>	<b>688,138</b>	<b>432,082</b>		<b>9,073,721</b>

Fuente: cuadros 35,36 y 37  
Elaboración: El autor

**ANÁLISIS DE LA OFERTA.** Es la cantidad de bienes y/o servicios que un cierto número de productores en este caso distribuidores están dispuestos a ofrecer en el mercado chocolates, manjares y mermeladas. A un precio determinado.

En la entrevista realizada a los distribuidores de chocolates, manjares y mermeladas como: Distribuidora Granda, Calva y Calva, Romar, Alimenticias IASU, Victoriano, Dimari, el Austro, manifestaron que traen productos de otras ciudades como Quito, Guayaquil, Cuenca, para ser distribuidos en nuestra ciudad y que su crecimiento anual es un promedio del 3,27%

### **PROMEDIO DE VENTAS**

Para determinar el promedio de ventas anual de los productos en estudio se tomó en cuenta los cuadros 33 y 34 y de acuerdo al mismo procedimiento que se realizó para obtener el consumo promedio anual se realiza para la obtención del promedio en ventas anuales como lo demostramos en los cuadros siguientes.

CUADRO No. 40							
FIGURAS DE CHOCOLATES				MANJARES Y MERMELADAS			
ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PERÍODO	VENTAS ANUAL CAJAS (12 Unidades)	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PERÍODO	VENTAS ANUAL LIBRAS
Quincenal	360	26	9360	Quincenal	280	26	7280
Mensual	624	12	7488	Mensual	479	12	5748
Anual	1200	365	438000	Anual	856	365	312440
<b>TOTAL</b>	<b>2184</b>		<b>454848</b>	<b>TOTAL</b>	<b>1615</b>		<b>325468</b>

FUENTE: cuadros 33 y 34  
ELABORACION: El autor

## PROYECCIÓN DE LA OFERTA.

Para la proyección de la oferta se tomó como referencia la entrevista realizada a los diferentes distribuidores de la ciudad de Loja, quienes manifestaron que el incremento de ventas de los productos en estudio es del 3,27% anual valor que se lo determinó de las encuestas realizadas a los oferentes, el mismo que es utilizado para la proyección de la oferta, como lo demostramos a continuación.

CUADRO No. 41			
PROYECCIÓN OFERTA FIGURAS DE CHOCOLATE		PROYECCIÓN OFERTA MANJAR DE LECHE Y MERMELADAS	
AÑOS	3.27%	AÑOS	3.27%
0	454,848	0	325,468
1	469,722	1	336,111
2	485,081	2	347,102
3	500,944	3	358,452
4	517,324	4	370,173
5	534,241	5	382,278
<b>TOTAL</b>	<b>2,962,160</b>	<b>TOTAL</b>	<b>2,119,583</b>

FUENTE: cuadro 40  
ELABORACION: El autor

## DEMANDA INSATISFECHA

La demanda insatisfecha constituye la diferencia entre la Demanda y Oferta, para los productos en estudio de detalla a continuación:

<b>CUADRO No. 42</b>			
<b>DEMANDA INSATISFECHA FIGURAS DE CHOCOLATES (cajas de 12 unidades)</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA</b>	<b>OFERTA PROYECTADA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA DE FIGURAS DE CHOCOLATES</b>
0	683,589	454,848	228,741
1	697,807	469,722	228,086
2	712,322	485,081	227,240
3	727,138	500,944	226,194
4	742,262	517,324	224,938
5	757,701	534,241	223,461

FUENTE: cuadros 38 y 41  
ELABORACION: El autor

<b>CUADRO No. 43</b>			
<b>DEMANDA INSATISFECHA MANJARES Y MERMELADAS (EN LIBRAS)</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA</b>	<b>OFERTA PROYECTADA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA DE FIGURAS DE CHOCOLATES</b>
0	683,589	325,468	358,121
1	697,807	336,111	361,696
2	712,322	347,102	365,220
3	727,138	358,452	368,686
4	742,262	370,173	372,089
5	757,701	382,278	375,424

FUENTE: cuadros 39 y 41  
ELABORACION: El autor

## PLAN DE MARKETING

- **Producto:**

La Confitería a establecerse va a ofrecer al mercado productos que serán preparados con materia prima de excelente calidad que serán comercializados en los mercados locales, garantizando un exquisito sabor y costos reducidos, estos son: figuras de chocolates que su presentación será en cajas de 12 unidades, el manjar de leche, y las mermeladas de piña, higos, naranja, manzana y guayaba su presentación será en envase de vidrio en libras como lo indica en los cuadros 17, 18, 19 y 20 de la encuesta a la población en estudio.

## PRESENTACION DE LOS PRODUCTOS

Se tomará en cuenta:

- |                              |                                    |
|------------------------------|------------------------------------|
| ➤ Nombre del Producto        | Logotipo del Producto              |
| ➤ Nombre de la Empresa       | Peso Neto                          |
| ➤ Ingredientes               | Fecha de Elaboración               |
| ➤ Fecha de Expiración        | Precio de Venta al Público         |
| ➤ Registro Sanitario         | Dirección y Teléfono de la empresa |
| ➤ Persevantes o Conservantes |                                    |

### GRÁFICOS No. 33



- **Precio:**

El precio es la cantidad de dinero que debe pagar un cliente por cada producto a elaborarse.

Los precios serán fijados sumando a los costos reales de producción, un margen de utilidad además se tomó en cuenta el precio de la competencia, es así que para la caja de 12 unidades de figuras de 0,24 gramos cada chocolate) tendrá un precio de venta al público de de \$1,28 para el primer año, de la misma manera para el manjar de leche y las diferentes mermeladas de frutas tendrá un precio de \$ 1,31 la libra en envase de vidrio para el primer año

La forma de pago se la realizará al contado

El cliente deberá cancelar el pedido al momento de retirarse del local.

- **Publicidad:**

Es la comunicación masiva pagada en la que se identifica con mayor claridad el producto y servicio que ofrece el local. Se contará con la instalación de un rótulo a las afueras de la confitería para que pueda ser

identificado de mejor manera y distinguirse de la competencia, el mismo que contendrá el nombre del local, el logotipo y los teléfonos

**GRÁFICO No. 34**



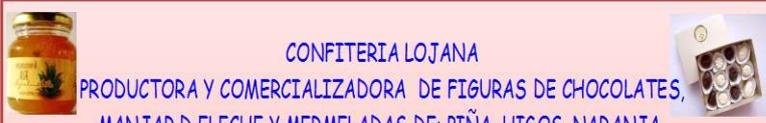
El logotipo irá impregnado en las cajas y envases de vidrio El logotipo del local “CONFITERIA LOJANA”

Se realizará publicidad mediante la Radio Luz y Vida, los días sábados y domingos en la tarde, el cual tendrá un costo de \$40.00 mensuales.

La información que contendrá el mensaje publicitario es: nombre del local, productos que se ofrece, el horario, los días de atención, la ubicación, y el teléfono para cualquier información.

Se colocaran anuncios publicitarios en el Diario La Hora, los días sábados y domingos, el precio de los anuncios serán de \$52.00 mensuales.

### GRÁFICO No. 35



**CONFITERIA LOJANA**  
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE FIGURAS DE CHOCOLATES,  
MANJAR D ELECHE Y MERMELADAS DE: PIÑA, HIGOS, NARANJA,  
MANZANAS, GUAYABA

Ofrece a toda la colectividad lojana la exquisitos chocolates de figuras, manjar de leche, y mermeladas de Pina, Higos, Naranja, Manzana y guayaba de la mejor calidad, higiene, cantidad y a un precio sumamente cómodo al alcance de sus necesidades.

Dirección: Barrio Amable María, frente al Colegio Militar  
Teléfono: s 082218753-2569090

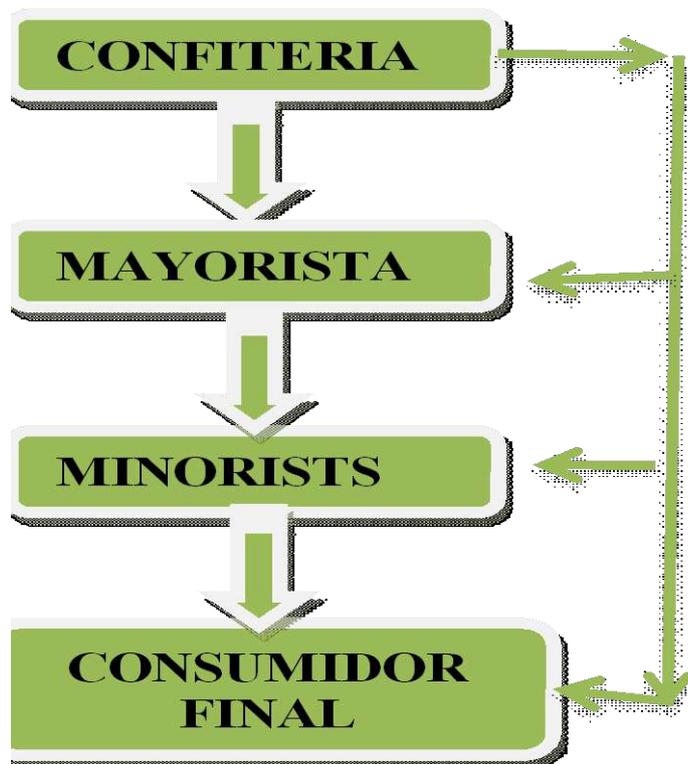
Y por apertura de la Confitería, por cada pedido superior a \$100,00 recibirán el 10% de descuento, esta promoción será válida durante las 4 primeras semanas por apertura.

- **Plaza o Distribución:**

Se entiende como plaza el lugar físico o área geográfica en donde se va a promocionar y vender el producto, la cual es formada por una cadena distributiva por la que estos llegan al consumidor

Buscando abaratar los costos para el cliente, la empresa CONFITERIA LOJANA estará ubicada en el Barrio Amable María a una cuadra del Colegio Militar. La empresa Confitería Lojana utilizará los siguientes canales de distribución.

**GRÁFICO No. 36**



## **ESTUDIO TÉCNICO**

### **LOCALIZACIÓN, TAMAÑO, E INGIENERÍA DE LA CONFITERÍA**

Para determinar el tamaño del proyecto se debe tomar en consideración el estudio de mercado, por consiguiente este se determina en función de los resultados obtenidos en el análisis de la oferta y la demanda en especial en lo que respecta a la determinación de la demanda por cada producto.

**LOCALIZACIÓN DE LA CONFITERÍA:** Para la localización se deben tomar en cuenta algunos factores que influyen en la decisión como son:

**TRANSPORTE:** En la confitería a establecerse existen los medios de transporte necesarios para que puedan tener un acceso normal los empleados, los clientes y para ser llevada la materia prima sin ninguna dificultad.

**SERVICIOS BÁSICOS:** Para el desarrollo y funcionamiento de la Confitería Lojana existe la disponibilidad de los servicios básicos como: luz eléctrica, agua potable, alcantarillado y teléfono.

**RECURSOS.** La empresa contará con materiales, con capital, recursos técnicos y tecnológicos puesto que constituyen el punto clave para el normal desarrollo.

**PROFESIONALES:** la empresa estará avalada por excelente Talento Humano

**MATERIA PRIMA:** Es importante que en el lugar en el cual va a funcionar la empresa se facilita la adquisición de la materia prima

requerida para el funcionamiento de la planta, puesto que esto le evitaría la existencia de costos elevados, será adquirida para la realización de los diferentes productos en los diferentes mercados de la ciudad de Loja.

**MANO DE OBRA:** Así mismo la empresa contará con la mano de obra necesaria para el desarrollo de sus actividades productivas como administrativas ya sea mano de obra calificada y no calificada puesto que este recurso viene a constituir el principal eje de la confitería.

**FACTORES AMBIENTALES.** La empresa a constituirse e implementar no provocará impactos graves al ambiente como a sus consumidores, puesto que se trata de un producto natural, elaborado con sustancias naturales por lo que no provocará daños en los consumidores del mismo.

Una vez analizados todos estos factores se hace conveniente definir la macro y micro localización de la empresa.

**Macro localización:** La localización óptima del local dedicado a la elaboración y venta de confitería como son: figuras de chocolates (cajas de 12 unidades de 0,24 gramos cada chocolate), manjar de leche y mermeladas de piña, higos, naranja, manzana y guayaba ( en libras) estará ubicado en Loja localizada en el sur del Ecuador, capital de la provincia de Loja, y cabecera del cantón del mismo nombre.

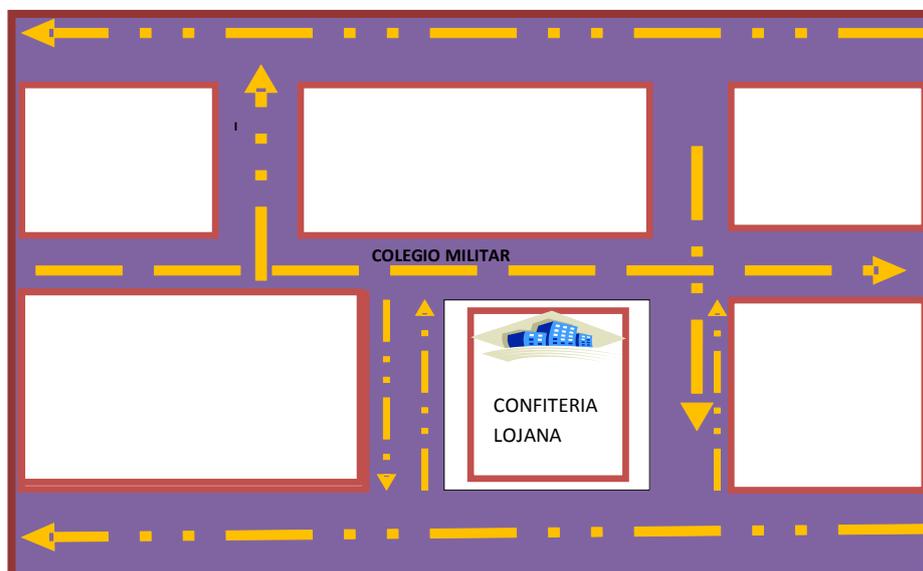
### GRÁFICO No. 37



**Micro localización:** La empresa estará ubicada Parque Industrial que está situado en la Zona Norte de la Ciudad, barrio Amable María. Ya que el gobierno local permite implementar las empresas de esta naturaleza únicamente en este sector, en vista de que las Industrias deben estar aledañas a la ciudadanía para minimizar la contaminación., además es fácil de ubicarse, permitiendo así la llegada de los clientes. Se construirá el local para su funcionamiento, el mismo que cuenta con un amplio espacio físico, con todos los servicios básicos (agua, luz, teléfono, alcantarillado, transporte, etc.) para mayor confort de los clientes.

### GRÁFICO No. 38

#### CROQUIS DE LA UBICACIÓN DEL LOCAL



## **TAMAÑO DE LA CONFITERÍA**

### **Capacidad Instalada**

De acuerdo a criterios de personas profesionales se pudo establecer el diseño y adecuación de las instalaciones, así como la preparación de cada uno de los productos.

La Capacidad Instalada corresponde a la capacidad máxima disponible que pueda alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado. En los proyectos de inversión está en función de la demanda a cubrir en el periodo de vida de la empresa.

La empresa Confitería Lojana producirá 100 figuras de chocolate pequeños por hora diarias, lo que representa trabajando de lunes a viernes 8 horas diarias, significando que al año que se trabajaran 260 días (5 días a la semana por 52 semanas que tiene el año) dará lugar a una producción al día de 800 y esto multiplicado por 260 días da un total de 208,000 anualmente, lo que representa el 100% de la capacidad de producción. El mismo procedimiento se realizar para el manjar de leche y las diferentes mermeladas se producirá 100 libras de manjar y mermeladas esto multiplicado por 8 horas diarias da un total de 800 libras y multiplicado por 260 días del año que se va a trabajar da como resultado 208,000 anualmente lo que representa el 100% de la capacidad de la maquinaria.

<b>CUADRO No. 44</b>		
<b>CAPACIDAD INSTALADA DE FIGURAS DE CHOCOLATE (Caja de 12 unidades)</b>		
<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN</b>
0	228,741	208,000
1	228,086	208,000
2	227,240	208,000
3	226,194	208,000
4	224,938	208,000
5	223,461	208,000

FUENTE: cuadros 42  
ELABORACIÓN: El autor

<b>CUADRO No. 45</b>		
<b>CAPACIDAD INSTALADA DE MANJAR DE LECHE Y MERMELADAS</b>		
<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN</b>
0	358,121	208,000
1	361,696	208,000
2	365,220	208,000
3	368,686	208,000
4	372,089	208,000
5	375,424	208,000

FUENTE: cuadro 43  
ELABORACIÓN: El autor

### **Capacidad Utilizada**

Es la fracción de la capacidad instalada que se emplea, es decir el rendimiento o nivel con que se hace trabajar la maquinaria, está en función por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado. Para determinar la capacidad utilizada de la producción a la confitería, se realiza el siguiente procedimiento: Para evitar riesgos e imprevistos de la empresa se estimó el 50% como porcentaje de la capacidad instalada para la producción de todos los años de vida de la

empresa tanto para las figuras de chocolates como para el manjar de leche y mermeladas de las diferentes frutas porcentajes que se obtendrá a la capacidad instalada que consta en los cuadros 46 y 47 lo que da como resultado la capacidad utilizada.

<b>CUADRO No. 46</b>			
<b>CAPACIDAD UTILIZADA FIGURAS DE CHOCOLATE</b>			
<b>AÑO</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA</b>	<b>% CAPACIDAD INSTALADA</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA</b>
1	208,000	50.00%	104,000
2	208,000	50.00%	104,000
3	208,000	50.00%	104,000
4	208,000	50.00%	104,000
5	208,000	50.00%	104,000

FUENTE: cuadros 44

ELABORACION: El autor

<b>CUADRO No. 47</b>			
<b>CAPACIDAD UTILIZADA MANJAR DE LECHE Y MERMELADAS</b>			
<b>AÑO</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA</b>	<b>% CAPACIDAD INSTALADA</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA</b>
1	208,000	50.00%	104,000
2	208,000	50.00%	104,000
3	208,000	50.00%	104,000
4	208,000	50.00%	104,000
5	208,000	50.00%	104,000

FUENTE: cuadros 45

ELABORACION: El autor

Una vez conocida la capacidad utilizada, se debe conocer el porcentaje de participación en el mercado que tendrá la confitería, para lo cual realizamos el siguiente procedimiento: Multiplicamos la capacidad utilizada por 100 y se divide para la Demanda Insatisfecha de cada

producto obteniendo como resultado el porcentaje de operación en el mercado. Este proceso lo realizamos para cada uno de los cinco años de vida de la empresa.

<b>CUADRO No. 48</b>			
<b>PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO (FIGURAS DE CHOCOLATE)</b>			
<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA</b>	<b>% PARTICIPACIÓN MERCADO</b>
1	228,086	104,000	45.60%
2	227,240	104,000	45.77%
3	226,194	104,000	45.98%
4	224,938	104,000	46.23%
5	223,461	104,000	46.54%

FUENTE: cuadros 42 y 46  
ELABORACION: El autor

<b>CUADRO No. 49</b>			
<b>PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO DE MANJAR DE LECHE Y MERMELADAS</b>			
<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA</b>	<b>% PARTICIPACIÓN MERCADO</b>
1	361,696	104,000	28.75%
2	365,220	104,000	28.48%
3	368,686	104,000	28.21%
4	372,089	104,000	27.95%
5	375,424	104,000	27.70%

FUENTE: cuadros 43 y 47  
ELABORACION: El autor

## **INGENIERÍA DEL PROYECTO.**

Es parte fundamental puesto que se encuentra atada con las diferentes etapas del proyecto como: mercado, tamaño, estudio económico y localización. Este análisis nos permite llegar a determinar las inversiones requeridas así como un estudio económico financiero, con el fin de obtener una producción óptima y por ende una utilización eficaz y

eficiente de cada uno de los recursos con que cuenta la Empresa, maquinaria y equipos, personal capacitado, espacio físico, y las características del producto.

### **PROCESO PRODUCTIVO DE LAS FIGURAS DE CHOCOLATES**

a) **ADQUISICIÓN DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA E INDIRECTA:**

Se compra el cacao ya pelado, tostado y molido, de la misma manera el azúcar, la canela, las almendras y la leche.

b) **MEZCLAR:** En un molino industrial se mezcla el cacao molido, la azúcar, la canela, las almendras.

c) **CALENTAMIENTO:** En una mezcladora industrial para la producción de 500 figuras de chocolate por hora se ubica lo mezclado anteriormente con la leche.

d) **MOLDEAR:** Luego se ubica en los moldes de figuras la masa líquida de chocolate y se deja enfriar.

e) **ENVASADO:** se retira de los moldes de figuras y pasa hacer envueltos en papel aluminio y las cajas para 12 unidades.

f) **ETIQUETADO Y ALMACENADO.** Luego que estén ubicados los doce chocolates en las cajas se procede a poner la etiqueta y almacenar para la venta.

### **PROCESO PRODUCTIVO DEL MANJAR DE LECHE**

a) **ADQUISICIÓN DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA E INDIRECTA:**

Serán adquiridos en los mercados, supermercados de la localidad entre ellos tenemos Leche, Panela, Harina de Maíz y leche condensada

- b) CALENTAMIENTO: Se refiere a calentar la leche en una paila.
- c) MEZCLADO: Consiste en mezclar la leche con la harina, hasta diluirla e incorporarle la panela, para luego agregar esta mezcla con la leche condensada que estará calentándose en la mezcladora industrial, hasta que de la contextura.
- d) ENFRIADO: La siguiente etapa consiste en el enfriar en la misma mezcladora
- e) ENVASADO: Una vez que el Manjar de Leche estará en su punto exacto de enfriado, se procede a envasarlo en los envases de vidrio
- f) ETIQUETADO: El etiquetado lo realizaremos una vez que el producto esta envasado y consiste en poner la etiqueta en la parte superior del envase de vidrio, esta contendrá información básica con respecto al producto.
- g) ALMACENADO: Todos los productos terminados se almacenaran en una bodega, quedando listos para su comercialización.

**PROCESO PRODUCTIVO DE LAS MERMELADAS DE Piña, HIGOS, NARANJA, MANZANA, GUAYABA.**

- a) ADQUISICIÓN DE LA MATERIA PRIMA: Para la adquisición de la materia prima directa e indirecta se realizará en los diferentes mercados, supermercados de la ciudad de Loja que los precios sean cómodos y los productos de calidad, es así piñas, naranja, manzanas, higos, guayaba, azúcar.
- b) LAVADO: El lavado de las diferentes frutas se realiza en forma manual y posteriormente se almacena los mismos en los tanques de

plástico grandes. En esta etapa se rechazan aquellos que no estén con una buena presentación (golpeados, podridos) se hace también con el fin de que las que estén en mal estado no dañen a las otras.

c) CORTADO: Se refiere a que las frutas debe ser cortado en trozos grandes en la peladora y descorazonadora de frutas

d) COCCIÓN: Este procedimiento consiste en la cocción de cada una de las frutas con el azúcar y el agua, se lo realiza en las mezcladoras industriales, moviéndose automáticamente hasta obtener una consistencia espesa, a medida que avanza la concentración va acentuando el color del producto de tal manera que se obtendrá la mermelada

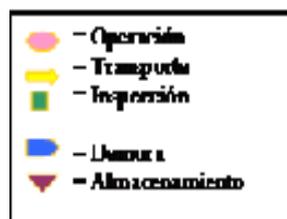
e) ENFRIADO: Esta etapa como su nombre lo indica es el enfriado de la mermelada en la misma máquina,

f) ENVASADO: Una vez enfriado la mermelada se procede a introducirla en los envases de vidrio.

g) ETIQUETADORA: Luego de ser envasado el producto se procede a etiquetar en la parte superior del envase de vidrio

h) ALMACENAMIENTO: Serán almacenados en un lugar de la empresa es decir en la bodega, quedando listos para ser comercializados de acuerdo a los canales de distribución.

#### **Simbología**



**GRÁFICO No. 39**  
**FLUJOGRAMA DE PROCESO FIGURAS DE CHOCOLATE**

Actividades	Simbología					Tiempo en minutos
						
1. Adquisición Materia Prima directa e	X					5
2. Mezclar	X	→	X	X		8
3. Calentamiento	X		X			15
4. Moldear	X	→	X	X		12
5. Envasado	X	←	X	←		10
6. Etiquetado y Almacenado	X				→	10
TOTAL						60
Producción de 100 figuras de chocolates por hora						

ELABORACIÓN: El autor

**GRÁFICO No. 40**  
**FLUJOGRAMA DE PROCESO DEL MANJAR DE LECHE Y LAS MERMELODAS**

PRODUCCIÓN DE MANJAR DE LECHE						
Actividades	Simbología					Tiempo en minutos
						
1. Adquisición Materia Prima directa e Indirecta	X					5
2. Calentamiento	X	→	X			8
3. Mezclado y enfriado	X	←	X	←		15
4. Envasado	X	→	X	→		12
5. Etiquetado	X					10
6. Almacenamiento	X				→	10
TOTAL						60
PRODUCCIÓN DE MERMELODAS						
Actividades	Simbología					Tiempo en minutos
						
1. Adquisición Materia Prima directa e Indirecta	X					5
2. Lavador y cortado	X	→	X	→		8
3. Cocción	X		X			15
4. Enfriado	X	→	X	→		12
5. Envasado	X	←	X	←		10
6. Etiquetado y Almacenado	X				→	10
TOTAL						60
Producción de manjar de leche y mermeladas 100 unidades por hora						

Elaboración: El autor

**GRÁFICO No. 41**  
**ELABORACIÓN DE LAS FIGURAS DE CHOCOLATE**



**GRÁFICO No. 42**  
**ELABORACIÓN DEL MANJAR DE LECHE**



**GRÁFICO No. 43**  
**ELABORACIÓN DE LAS MERMELADAS**

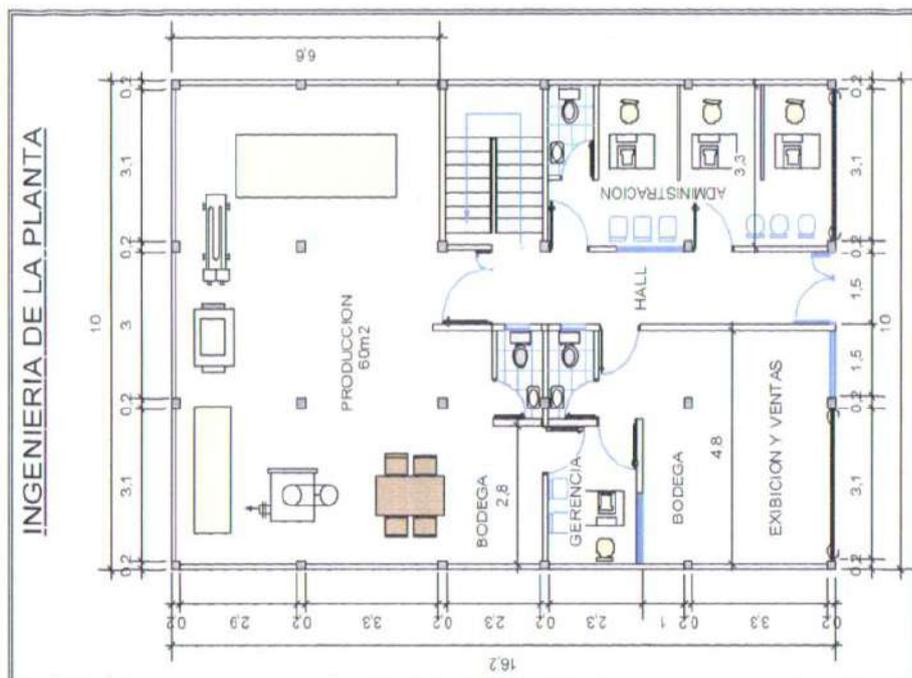


## DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

La Confitería estará distribuida adecuadamente su espacio físico disponible para facilitar las condiciones de trabajo que permitan minimizar económicamente sus operaciones así como también mantener un adecuado sistema de seguridad y bienestar de sus trabajadores.

El área de la empresa tendrá 300 m<sup>2</sup> los mismos que será distribuidos de las siguiente forma: Área Administrativa 70m<sup>2</sup>, Área de Producción 116 m<sup>2</sup> para el almacenamiento 20 m<sup>2</sup>; área de bodega 20 m<sup>2</sup>; Área verde y parqueamiento 50 m<sup>2</sup>; SSHH (2) 24 m<sup>2</sup>. El local donde funcionará será en Amable María puesto que ahí se encuentra el parque industrial.

**GRÁFICO No. 44**  
**DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA**



## **ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA EMPRESA**

**ORGANIZACIÓN LEGAL:** La empresa será de Compañía de Responsabilidad Limitada que es un tipo de compañía mercantil en la que el capital está dividido en participaciones sociales, se integra por las aportaciones de todos los socios

La constitución de la compañía se hará mediante escritura pública inscrita en el Registro Mercantil, con la cual adquiere su personalidad jurídica. En la escritura de constitución se expresará la identidad de los socios, las aportaciones realizadas, las participaciones asignadas en pago, los estatutos, el modo en que se organiza la administración y quiénes serán los administradores.

En los estatutos se hará constar al menos la denominación de la compañía, el objeto, domicilio, capital social, fecha de cierre del ejercicio social y el modo de organizar la administración de la compañía.

**Razón Social:** Se inicia la operación del local bajo la siguiente denominación “CONFITERÍA LOJANA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA”

**Objeto Social:** La empresa está dedicada a la producción y comercialización de Figuras de Chocolates en cajas de 12 unidades; manjar de leche en libras y envase de vidrio; y las mermeladas de piña, higos, naranja, manzana y guayaba en libras y envase de vidrio.

**Capital Social:** El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el

Superintendente de Compañías, esto es, de cuatrocientos dólares (\$ 400,00) para las compañías de responsabilidad limitada.

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, constituir en bienes muebles e inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía.

**Tiempo de Duración:** El local dedicado a la producción y comercialización de figuras de chocolates, manjar y mermeladas tendrá una duración de 5 años.

**Domicilio:** Las instalaciones del local estarán ubicadas en: Provincia: Loja, Cantón: Loja, Parroquia: Sucre, Barrio: Amable María en el Parque Industrial.

## **ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA**

### **Niveles Jerárquicos**

- **Nivel Legislativo:** En la Confitería Lojana representa el primer nivel jerárquico y lo constituye la Junta General de Socios cuya función básica es la de legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar reglamento, ordenanzas, resoluciones etc.
- **Nivel Ejecutivo:** Lo constituye el Gerente quien ejecuta los planes de programación impuestos por el nivel, legislativo, en este

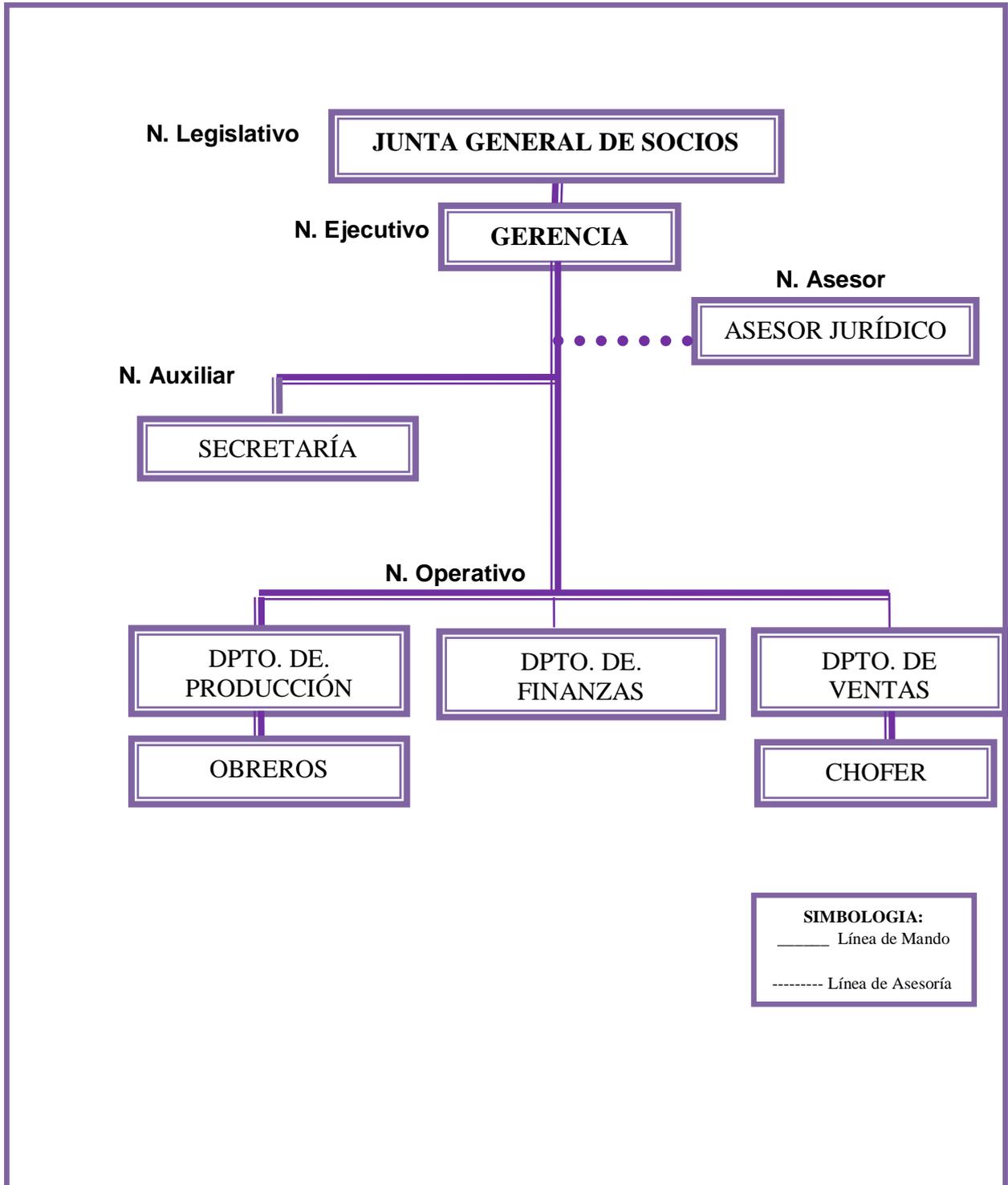
nivel se toma decisiones sobre políticas generales y actividades básicas, ejerciendo las funciones con autoridad para garantizar su cumplimiento.

- **Nivel Asesor:** La empresa contará con un asesor temporal en el área legal quien asesorará al gerente para la constitución de la compañía, se lo contratara de acuerdo a los requerimientos de la empresa.
- **Nivel Auxiliar o Apoyo:** Lo conforma la secretaría, ya que sus actividades servirán de apoyo para el nivel ejecutivo la misma que coordinará actividades con los demás niveles administrativos.
- **Nivel Operativo:** Lo integran los jefes departamentales, los obreros y el chofer de la Confitería Lojana ya que son los responsables de ejecutar las actividades básicas de la empresa.

### **Organigramas**

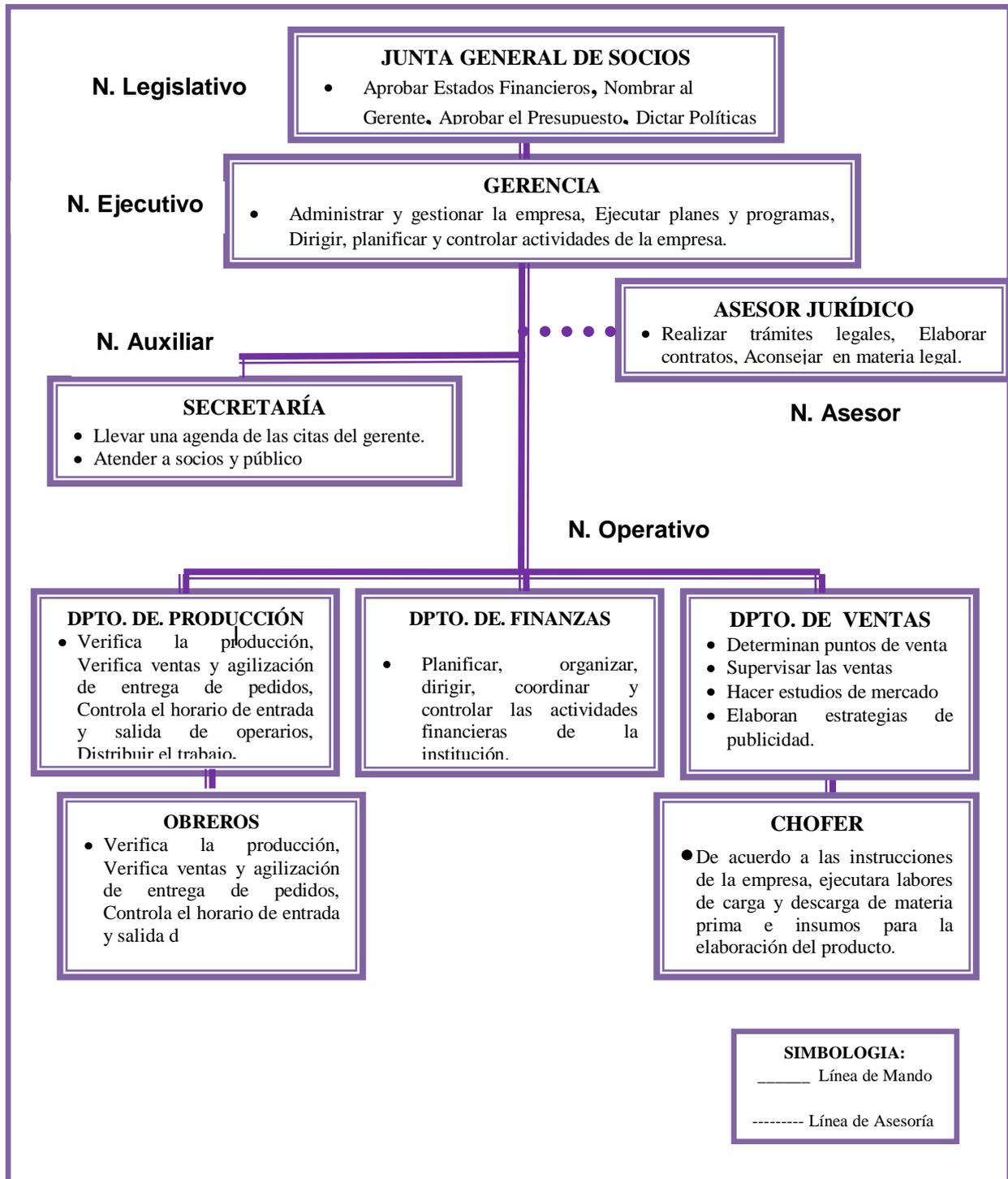
Los organigramas son esquemas de la organización que son representadas en forma gráfica la estructura orgánica del local que refleja en forma esquemática la línea de autoridad y responsabilidad.

**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL  
CONFITERÍA LOJANA CIA. LTDA  
GRÁFICO No.45**



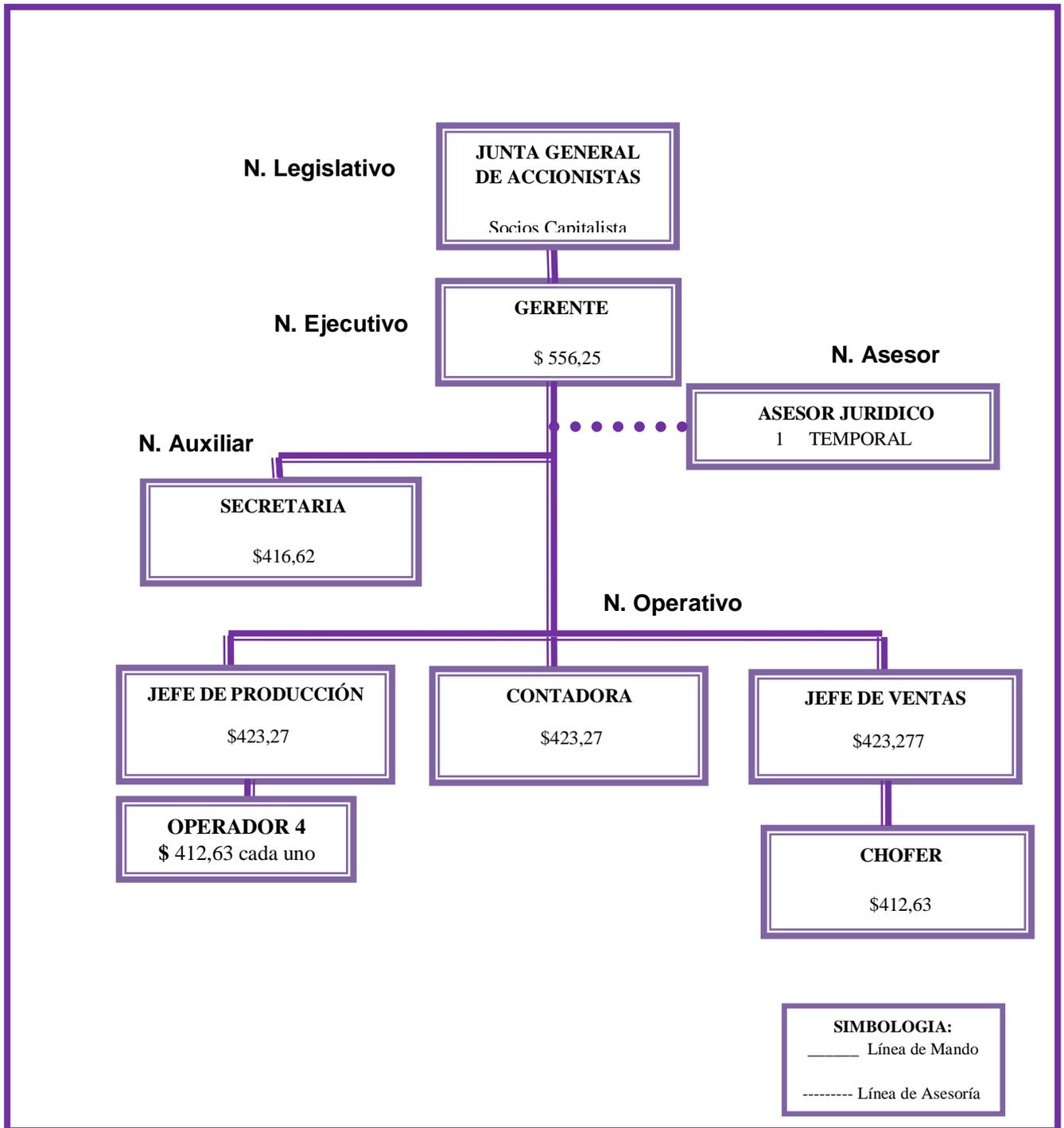
ELABORACIÓN: EL AUTOR

**ORGANIGRAMA FUNCIONAL  
CONFITERÍA LOJANA CIA. LTDA  
GRÁFICO No. 46**



ELABORACIÓN: EL AUTOR

**ORGANIGRAMA POSICIONAL  
CONFITERÍA LOJANA CIA. LTDA  
GRÁFICO No. 47**



ELABORACIÓN: EL AUTOR

## MANUAL DE FUNCIONES

Es una síntesis de las diferentes tareas específicas que realiza cada integrante de la empresa, en sus diferentes puestos de trabajo, dando a conocer sus habilidades y destrezas para ser eficiente y eficaz en su cargo.

El manual de funciones está constituido de la siguiente forma: código, título, naturaleza de trabajo, tareas típicas, características de clase y requisitos mínimos. A continuación se detalla para cada puesto que conforma el organigrama estructural del local.

<b>CÓDIGO:</b>	001
<b>TÍTULO DEL PUESTO:</b>	GERENTE
<b>DEPARTAMENTO:</b>	ADMINISTRATIVO
<b>DEPENDE:</b>	JUNTA GENERAL DE SOCIOS
<b>SUPERVISA A:</b>	TODO EL PERSONAL
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>	Planificar, programar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades que se realizan en la empresa,
<b>FUNCIONES:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Legislar las actividades de la empresa, dictar y aprobar políticas.</li><li>• Planificar lo que va a realizar la empresa con la producción</li><li>• Organizar los recursos y actividades materiales, técnicas y humanas.</li><li>• Ejecutar el plan de acciones trazados.</li><li>• Seleccionar el personal adecuado para tal función</li><li>• Coordinar el desenvolvimiento del personal</li></ul>
<b>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Responsabilidad administrativa, económica y técnica en la ejecución de las actividades de la empresa, además es el encargado de tomar decisiones dentro de la empresa.</li></ul>
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Título de Ingeniera Comercial</li><li>• Experiencia mínima dos año, Curso de relaciones humanas, Mercadotecnia.</li></ul>

<b>CÓDIGO:</b>	002
<b>TÍTULO DEL PUESTO:</b>	ASESOR JURÍDICO
<b>DEPARTAMENTO:</b>	ASESORÍA LEGAL
<b>DEPENDE DE:</b>	GERENCIA
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>	Interviene en los asuntos legales
<b>FUNCIONES:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representar junto con el gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa.</li> <li>• Asesorar los procedimientos referentes a contratación del personal, salarios, permiso de funcionamiento entre otros.</li> <li>• Ejerce la representación judicial y extrajudicial dentro de la empresa junto con el gerente.</li> <li>• Elaborar y mantener un archivo de contratos, convenios y reglamentos.</li> <li>• Presentar proyectos de reformas legales de la empresa.</li> <li>• Participar en sesiones de la Junta General de Socios.</li> <li>• Actuar como Abogado defensor legal de la empresa.</li> </ul>
<b>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se caracteriza por mantener autoridad funcional mas no de mando, y su participación es eventual.</li> </ul>
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abogado en Jurisprudencia, Experiencia profesional mínima de 2 años.</li> </ul>

<b>CÓDIGO:</b>	<b>003</b>
<b>TÍTULO DEL PUESTO:</b>	<b>JEFE DE PRODUCCIÓN</b>
<b>DEPARTAMENTO DE:</b>	<b>PRODUCCIÓN</b>
<b>DEPENDE DE:</b>	<b>GERENCIA</b>
<b>SUPERVISA A:</b>	<b>OBREROS</b>
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>	Organizar labores de producción, y abastecimiento de materia prima para el personal obrero del departamento a su cargo.
<b>FUNCIONES:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seleccionar el proceso productivo óptimo para la elaboración del producto.</li> <li>• Asume toda la responsabilidad de la planta productora.</li> <li>• Controla y verifica que la maquinaria este en buen estado antes de iniciar el proceso.</li> <li>• Determinar la materia prima idónea para el proceso productivo.</li> <li>• Vigilar el proceso de elaboración del producto</li> <li>• Planifica la cantidad de productos a elaborar.</li> </ul>
<b>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificar, organizar, dirigir y controlar el funcionamiento del departamento de producción.</li> </ul>
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de Ingeniero en industrias</li> <li>• Experiencia mínima de 3 años en programas similares.</li> </ul>

<b>CÓDIGO:</b>	004
<b>TÍTULO DEL PUESTO:</b>	SECRETARIA
<b>DEPARTAMENTO:</b>	ADMINISTRATIVO
<b>DEPENDENDE:</b>	GERENCIA
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>	Manejar; tramitar documentos e información confidencial
<b>FUNCIONES:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargarse del manejo de la documentación necesaria para la planificación diaria de actividades que realizará el gerente.</li> <li>• Planificar citas de trabajo.</li> <li>• Atender llamadas concernientes a las actividades que realiza la empresa.</li> <li>• Archivar la documentación de carácter gerencial.</li> <li>• Llevar el registro de asistencia de cada uno de los miembros de la empresa.</li> </ul>
<b>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilidad de palabra para desenvolverse de forma eficiente</li> <li>• Responsabilidad técnica en el manejo de la información confidencial de la empresa</li> </ul>
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de secretaria Ejecutiva.</li> <li>• Experiencia mínima de un año, Tiempo completo.</li> </ul>

**CÓDIGO:** 005

**TÍTULO DEL PUESTO:** CONTADORA

**DEPARTAMENTO:** ADMINISTRATIVO

**DEPENDE DE:** GERENCIA

**NATURALEZA DEL**

**TRABAJO:** Llevar los estados financieros de la empresa

**FUNCIONES:**

- Llevar el inventario de los activos que posee la empresa
- Elaborar balances presupuestarios.
- Llevar registro de Mayores Auxiliares y Mayor General.
- Elaborar libro de bancos y establecer saldos diarios.
- Pago de sueldos al personal que labora en la empresa.

**CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:**

- Llevar los registros contables con eficiencia y responsabilidad ya que es la parte fundamental de la empresa.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- Tecnólogo en mercadotecnia
- Haber recibido cursos en el área de Mercadotecnia
- Experiencia mínima de un año.

<b>CÓDIGO:</b>	006
<b>TÍTULO DEL PUESTO:</b>	JEFE DE VENTAS
<b>DEPARTAMENTO:</b>	VENTAS
<b>DEPENDENCIA DE:</b>	GERENCIA
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>	Planificar estrategias, de distribución y comercialización del producto.
<b>FUNCIONES:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable de las ventas en el mercado local.</li> <li>• Entrega de productos terminados en forma oportuna.</li> <li>• Planificar programas, políticas y estrategias de comercialización</li> <li>• Responsabilizarse de la mercadería que se le asigne.</li> <li>• Hacer conocer los pedidos al departamento de producción</li> </ul>
<b>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Requiere de conocimientos de comercialización del producto</li> </ul>
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tecnólogo en mercadotecnia</li> <li>• Haber recibido cursos en el área de Mercadotecnia</li> <li>• Experiencia mínima de un año.</li> </ul>

<b>CÓDIGO:</b>	007
<b>TÍTULO DEL PUESTO:</b>	CHOFER
<b>DEPARTAMENTO:</b>	ADMINISTRATIVO
<b>DEPENDE DE:</b>	VENTAS
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>	Encargado de distribuir el producto comercializado en la ciudad de Loja.  Realizar el mantenimiento del vehículo.
<b>FUNCIONES:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejara los vehículos cuando la empresa lo requiera.</li> <li>• De acuerdo a las instrucciones de la empresa, ejecutara labores de carga y descarga de materia prima e insumos para la elaboración del producto.</li> </ul>
<b>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimientos, habilidades y aptitudes; aprobar el examen de admisión que se conforma de la evaluación.</li> <li>• Nociones de mecánica.</li> </ul>
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentar licencia tipo "B" vigente y acreditar documentalmente (con la antigüedad en la licencia oficial) 3 años mínimos de experiencia.</li> </ul>

<b>CÓDIGO:</b>	008
<b>TÍTULO DEL PUESTO:</b>	OBREROS
<b>DEPARTAMENTO DE:</b>	PRODUCCIÓN
<b>DEPENDEN DE:</b>	JEFE PRODUCCIÓN
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>	Manipular con diligencia y cuidado la maquinaria para la elaboración del producto. Dar el respectivo mantenimiento.
<b>FUNCIONES:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asume toda la responsabilidad de la planta productora.</li> <li>• Controla y verifica que la maquinaria este en buen estado antes de iniciar el proceso.</li> <li>• Determinar la materia prima idónea para el proceso productivo.</li> <li>• Vigilar el proceso de elaboración del producto</li> <li>• Planifica la cantidad de productos a elaborar.</li> <li>• Realizar la limpieza correspondiente a la maquinaria al finalizar la tarea del día.</li> </ul>
<b>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsabilidad económica y técnica de sus labores, por las características de trabajo que requieren habilidad y destrezas.</li> </ul>
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cursos de capacitación en procesos productivos</li> <li>• Experiencia mínima de 1 años.</li> </ul>

## ESTUDIO FINANCIERO

### INVERSIONES

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

#### INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS:

Comprenden los bienes que están sujetos a depreciación tales como: maquinaria, herramientas, vehículos, edificios y terrenos. Comprenden también inversiones intangibles como: gastos de organización y otros rubros que se deben amortizar.

A continuación se detallan los siguientes requerimientos de inversión:

- **TERRENO:** Se refiere al costo que tiene el terreno para poder realizar las actividades cabe indicar que el costo por m<sup>2</sup> de terreno es de \$70,00 el mismo que estará ubicado en el parque industrial Sector Amable María y se necesita 300 m<sup>2</sup>.

**CUADRO No. 50**

<b>PRESUPUESTO DE TERRENO</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Terreno m2	300	70.00	21,000.00
<b>TOTAL:</b>			<b>21,000.00</b>

Fuente: Ilustre Municipio de Loja.  
Elaboración: El autor

- **CONSTRUCCIÓN:** La construcción estará distribuida en área administrativa, producción, ventas, y será de 250m<sup>2</sup> ya que los 50m<sup>2</sup> restantes serán utilizados como espacio verde, la misma que será realizada en forma metálica, con bloque y con cubierta.

**CUADRO No. 51**

<b>PRESUPUESTO DE CONSTRUCCIÓN</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD m2</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Área administrativa	70	100.00	7000.00
Área de producción	116	100.00	11600.00
Área de almacenamiento	20	100.00	2000.00
Área de bodega	20	100.00	2000.00
SS.HH. (2)	24	100.00	2400.00
<b>TOTAL:</b>	<b>250</b>		<b>25000.00</b>

Fuente: Arquitectas de la ciudad de Loja  
Elaboración: El autor

- **MAQUINARIA:** La maquinaria a utilizarse para la producción de figuras de chocolates, manjar de leche y las diferente mermeladas serán adquiridas en empresas locales y nacionales con el fin de adquirir la maquinaria adecuada para la empresa, tendrá un valor total de \$10.700,00.

**CUADRO No. 52**

<b>PRESUPUESTO DE MAQUINARIA</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Deshidratadora	1	5000.00	5000.00
Peladora y descorazonadora	2	250.00	500.00
Mezcladora	7	500.00	3500.00
Molino eléctrico	1	100.00	100.00
Envasadora y Selladora	2	800.00	1600.00
<b>TOTAL:</b>			<b>10700.00</b>

Fuente: OCHOA HERMANOS  
Elaboración: El autor

- **HERRAMIENTAS:** Son instrumentos manuales o mecánico para facilitar el proceso de producción. En el presente proyecto las herramientas que serán utilizadas son de gran ayuda para poder complementar con eficiencia la elaboración de los productos a elaborarse el cual tendrá un costo de \$954,00.

**CUADRO No. 53**

<b>PRESUPUESTO DE HERRAMIENTAS</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Tanques de polietileno (400 lts.)	7	70.00	490.00
Cernidores Plásticos	7	7.00	49.00
Tina Plástica	7	30.00	210.00
Gavetas	7	15.00	105.00
Cuchillos	10	3.00	30.00
Botes Plásticos	7	10.00	70.00
<b>TOTAL:</b>			<b>954.00</b>

Fuente: AMANCOPLASTIGAMA.  
Elaboración: El autor

- **MUEBLES PARA LA PRODUCCIÓN:** para obtener un buen producto con higiene y calidad se requiere de mesas metálicas los que tendrán un costo de \$200,00.

**CUADRO No. 54**

<b>PRESUPUESTO DE MUEBLES PARA PRODUCCION</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Mesa metálica (3m x 80cm)	4	50.00	200.00
<b>TOTAL:</b>			<b>200.00</b>

Fuente: Almacén Hnos. Ochoa  
Elaboración: El autor

- **EQUIPO DE OFICINA:** Son los bienes utilizados por el personal administrativo para la ejecución de todas las actividades administrativas el mismo que tendrán un costo de \$119,00.

**CUADRO No. 55**

<b>PRESUPUESTO DE EQUIPO DE OFICINA</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Sumadora	3	15.00	45.00
Telefax	1	30.00	30.00
Teléfono	2	22.00	44.00
<b>TOTAL:</b>			<b>119.00</b>

Fuente: Híper Valle  
Elaboración: El autor

- **EQUIPO DE CÓMPUTO:** Utilizado por el personal administrativo para la realización de todas las actividades que no pueden ser manejadas manualmente y necesitan de un medio más óptimo, preciso y eficaz, por lo tanto son desarrolladas mediante la computadora, equipo tan utilizado actualmente debido al constante avance tecnológico con un costo de \$1100,00

**CUADRO No. 56**

<b>PRESUPUESTO DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Computadoras Impresora	2	550.00	1100.00
<b>TOTAL:</b>			<b>1100.00</b>

Fuente: Master Pc  
Elaboración: El autor

- **MUEBLES Y ENSERES:** Constituye todos aquellos bienes que serán utilizados por el personal administrativo de la empresa como uno de los ejes principales para la ejecución de cada una de las actividades inmersas en este sector laboral con un costo total de \$555,00

**CUADRO No. 57**

<b>PRESUPUESTO DE MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Escritorio	4	80.00	320.00
Archivador	3	35.00	105.00
Sillas Ejecutivas	4	20.00	80.00
Sillas metálicas cromadas	2	10.00	20.00
Sillas de espera unificadas	2	15.00	30.00
<b>TOTAL:</b>			<b>555.00</b>

Fuente: Mueble Moderno  
Elaboración: El autor

- **VEHÍCULO:** En cuanto al vehículo se dispondrá de una camioneta CHEVROLET 2009; el mismo que servirá para trasladar la materia prima directa e indirecta a la empresa para ser procesada con un costo total de \$17000,00 el que será adquirido en Mirasol.

**CUADRO No. 58**

<b>PRESUPUESTO DE VEHÍCULO</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Camioneta Chevrolet	1	17000.00	17000.00
<b>TOTAL:</b>			<b>17000.00</b>

Fuente: Mirasol.  
Elaboración: El autor

**DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS:** Con excepción de los terrenos, los activos fijos tienen una vida útil limitada ya sea por el desgaste resultante del uso, la pérdida de utilidad comparativa o con respecto de nuevos equipos y procesos o el agotamiento de su contenido. La disminución de su valor, causada por los factores antes mencionados, se carga a un gasto llamado depreciación.

A continuación se detallará la vida útil de los activos que se deprecian según el Servicio de Rentas Internas.

$$V.Re\ residual \equiv V.Actual * Pro.Depre / 100\%$$

$$Dep \equiv \frac{VA - VR}{VU}$$

**CUADRO No. 59**

<b>DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS</b>					
<b>ACTIVO</b>	<b>VIDA UTIL</b>	<b>% DEPRECIACIÓN</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>
Construcción	20	5%	25000.00	1250.00	18750.00
Maquinaria	10	10%	10700.00	1070.00	5350.00
Herramientas	10	10%	954.00	95.40	477.00
Mueble para la Producción	10	10%	200.00	20.00	100.00
Equipo de Oficina	10	10%	119.00	11.90	59.50
Muebles y Enseres	10	10%	555.00	55.50	277.50
Vehículo	5	20%	17000.00	3400.00	
Equipo de Computo	3	33.33%	1100.00	366.67	
Equipo de Computo	2	33.33%	1100.00	550.00	550.00
<b>TOTAL</b>		<b>TOTAL</b>		<b>6819.47</b>	<b>25564.00</b>

Fuente: S.R.I; Cuadros 50 al 58  
Elaboración: El autor

**ACTIVOS DIFERIDOS:** Son todas las inversiones que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para el normal funcionamiento del trabajo. Estos activos solo se registran en la fase pre operativo o el periodo correspondiente al año 0.

Los activos diferidos en el trabajo son: Patentes que sirve para lograr que la empresa productora se diferencie de las demás y por ende se facilite la identificación de la misma. Los estudios preliminares comprende el costo de investigaciones necesarias antes de la realización y aplicación del estudio de factibilidad del proyecto, el permiso de funcionamiento que permite obtener un permiso que respalde que la empresa funciona legalmente en un mercado, conformación de la compañía concierne a la estructuración y organización, la empresa debe tramitar la aprobación de estatutos, y por ende el registro legal, para realizar y otorgamiento del sin ningún tipo de problemas, línea telefónica es considerada como un activo diferido ya que es un activo

**CUADRO No. 60**

<b>PRESUPUESTO DE ACTIVOS DIFERIDOS</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Patentes	1	423.00
Estudios preliminares	1	800.00
Permisos de funcionamiento	1	400.00
Conformación de la Compañía	1	400.00
Línea Telefónica	1	99.00
<b>TOTAL:</b>		<b>2122.00</b>

Fuente: Municipio de Loja, Ingenieros Civiles  
Elaboración: El autor

**AMORTIZACIÓN DE ACTIVO DIFERIDO:** Son los gastos realizados por la empresa, y que una vez pagados no son recuperables o reembolsables. Generalmente estos gastos se efectúan al constituir la empresa.

**CUADRO No. 61**

<b>AMORTIZACIÓN DEL ACTIVO DIFERIDO</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b>	<b>AMORTIZACIÓN</b>
Patentes	5	423,00	84,60
Estudios preliminares	5	800,00	160,00
Permisos de funcionamiento	5	400,00	80,00
Conformación de la Compañía	5	400,00	80,00
Línea Telefónica	5	99,00	19,80
<b>TOTAL:</b>		<b>2122,00</b>	<b>424,40</b>

Fuente: Cuadro 60  
Elaboración: El autor

### **ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO**

Constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados.

El desarrollo de las actividades administrativas y de venta durante un mes, requieren de un determinado capital de trabajo; para el presente proyecto se desglosa de la siguiente manera:

## **COSTRO PRIMO**

- **MATERIA PRIMA DIRECTA**

Para la obtención de la materia prima directa para cada uno de los productos a elaborarse se realizó de la siguiente manera:

Para producir 100 figuras de chocolates de 0,24 gramos cada uno se requiere: 3,5 libras de cacao molido para saber cuantas libras se necesita se realiza una regla de tres simple es decir si se va a producir 104.000 chocolates se multiplica por las 3,5 libras de cacao molido y se divide para 100 unidades da un total de 3.640 libras de cacao molido, 4 libras de azúcar para 100 figuras de chocolates dando un total de 4160 libras, de la misma manera para la producción de 100 chocolates se requiere 5 libras de canela da un total con la regla de tres simple de 5.200 libras, 6 litros de leche con un total de 6.240, y 5.5 libra de almendras da como resultado que se requiere 5.720 libras de almendras. De la misma manera se realizó para el manjar de leche y las diferentes mermeladas de frutas.

**CUADRO No. 62**

<b>PROYECCIÓN DE MATERIA PRIMA DIRECTA FIGURAS DE CHOCOLATES</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDA (LIBRAS)</b>	<b>V/UNITARIO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Cacao	3640	0.95	288.17	3458
Azúcar (libras)	4160	0.40	138.67	1664
Canela (libras)	5200	0.10	43.33	520
Almendras (libras)	5720	1.00	476.67	5720
Leche (litros)	6240	0.40	208.00	2496
<b>TOTAL</b>			<b>1154.83</b>	<b>13858</b>

PROYECCIÓN DE MATERIA PRIMA DIRECTA MANJAR DE LECHE				
DESCRIPCIÓN	CANTIDA	V/UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Leche (litros)	25999.5	0.40	866.65	10399.8
Panelas (libras)	4333.25	0.10	36.11	433.33
Harina (libras)	1733.3	0.30	43.33	519.99
Leche condensada (tarros)	866.65	0.67	48.39	580.66
TOTAL			994.48	11933.77
PROYECCIÓN DE MATERIA PRIMA DIRECTA MERMELADAS				
DESCRIPCIÓN	CANTIDA	V/UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Frutas (varias)	8666.7	0.35	252.78	3033.35
Azúcar (libras)	10400.04	0.40	346.67	4160.02
TOTAL			599.45	7193.36
<b>TOTAL MATERIA PRIMA DIRECTA</b>			<b>2748.76</b>	<b>32985.1315</b>

Fuente: Mercados, Autoservicios  
Elaboración: El autor

**CUADRO No. 63**

PROYECCIÓN MATERIA PRIMA DIRECTA					
FIGURAS DE CHOCOLATE		MANJAR DE LECHE		MERMELADAS	
AÑOS	VALOR TOTAL 5,29%	AÑOS	VALOR TOTAL 5,29%	AÑOS	VALOR TOTAL 5,29%
1	13858.00	1	11933.77	1	7193.36
2	14591.09	2	12565.07	2	7573.89
3	15362.96	3	13229.76	3	7974.55
4	16175.66	4	13929.61	4	8396.40
5	17031.35	5	14666.49	5	8840.57

Fuente: Banco Central tasa de Inflación 5,29% enero 2012  
Elaboración: El autor

- **MANO DE OBRA DIRECTA**

Es la que se utiliza directamente para transformar la materia prima en producto terminado. Para determinar el costo de mano de obra directa es

necesario realizar roles de pago, por lo tanto en el presente proyecto se contara con 4 obreros para el proceso productivo el mismo que se pagara un valor de \$412,63 cada obrero esto multiplicado por 4 obreros tenemos un total de \$1.650,54 mensuales y de \$ 19.806,48 anuales el cual incluye el pago de todos los beneficios de Ley como se detalla a continuación:

**CUADRO No. 64**

<b>PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA</b>	
<b>RUBROS</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>
	<b>OBREROS</b>
<b>Sueldo Básico</b>	<b>292.00</b>
Décimo Tercero /12	24.33
Décimo Cuarto SBU/12	24.33
Fondo de Reserva	24.32
Aporte Patronal 12,15%	35.48
Vacaciones	12.17
<b>TOTAL</b>	<b>412.63</b>
<b># de obreros</b>	<b>4</b>
<b>Total mensual</b>	<b>1650.54</b>
<b>Total anual</b>	<b>19806.48</b>

Fuente: Ministerio de Trabajo  
Elaboración: El autor

**CUADRO No. 65**

<b>PROYECCIÓN DE MANO DE OBRA DIRECTA 5.29%</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>OBREROS</b>
1	19806.48
2	20854.24
3	21957.43
4	23118.98
5	24341.97

Fuente: Cuadro No. 64  
Elaboración: El autor

## **GASTOS GENERALES DE FABRICACION**

- **MATERIALES INDIRECTOS**

Son aquellos que no intervienen de manera directa en la elaboración del producto, pero es un complemento necesario para obtener el producto terminado. En el caso del proyecto los materiales indirectos serán el papel aluminio, cajas de 12 unidades para las figuras chocolates de 0,24 gramos cada chocolate, etiquetas, envases de vidrio, se va a producir 4104.000 figuras de chocolates, 104.000 entre manjares de leches y mermeladas de frutas como se detalla a continuación.

**CUADRO No. 66**

<b>PRESUPUESTO DE MATERIALES INDIRECTOS FIGURAS DE CHOCOLATES</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Papel aluminio especial (rollos 1000 unidades)	104	6	52.00	624
Cajas (1000 unidades)	104	120	1040.00	12480
Etiquetas (1000 unidades)	104	60	520.00	6240
TOTAL			1612.00	19344
<b>PRESUPUESTO DE MATERIALES INDIRECTOS MANJAR DE LECHE</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Envases de vidrio de 1 libras (1000 unidades)	17.5	100	145.83	1750
Etiquetas (1000 unidades)	17.5	60	87.50	1050
TOTAL			233.33	2800
<b>PRESUPUESTO DE MATERIALES INDIRECTOS MERMELADAS</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Envase de vidrio de 1 libras (1000 unidades)	87	100	725.00	8700
Etiquetas (1000 unidades)	87	60	435.00	5220
TOTAL			1160.00	13920
<b>TOTAL MATERIA PRIMA INDIRECTA</b>			<b>3005.33</b>	<b>36064.00</b>

Fuente: Cotizaciones  
Elaboración: El autor

**CUADRO No. 67**

<b>PROYECCIÓN MATERIALES INDIRECTOS</b>					
<b>FIGURAS DE CHOCOLATE</b>		<b>MANJAR DE LECHE</b>		<b>MERMELADAS</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL 5,29%</b>	<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL 5,29%</b>	<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL 5,29%</b>
1	19344.00	1	2800.00	1	13920.00
2	20367.30	2	2948.12	2	14656.37
3	21444.73	3	3104.08	3	15431.69
4	22579.15	4	3268.28	4	16248.03
5	23773.59	5	3441.17	5	17107.55

Fuente: Cuadro No. 66  
Elaboración: El autor

- **MANO DE OBRA INDIRECTA**

Representa los valores obtenidos por el pago al personal que interviene indirectamente en el proceso de producción así tenemos un Jefe de Producción con un valor mensual de \$423,27 y el valor anual de \$5079,28

**CUADRO No. 68**

<b>PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA</b>	
<b>RUBROS</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>
	<b>JEFE DE PRODUCCIÓN</b>
<b>Sueldo Básico</b>	<b>300.00</b>
Décimo Tercero /12	25.00
Décimo Cuarto SBU/12	24.33
Fondo de Reserva	24.99
Aporte Patronal 12,15%	36.45
Vacaciones	12.50
<b>TOTAL</b>	<b>423.27</b>
<b># de empleados</b>	1
<b>Total mensual</b>	<b>423.27</b>
<b>Total anual</b>	<b>5079.28</b>

Fuente: Ministerio de Trabajo  
Elaboración: El autor

**CUADRO No. 69**

<b>PROYECCIÓN DE MANO DE OBRA DIRECTA 5.29%</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>JEFE DE PRODUCCIÓN</b>
1	5079.28
2	5347.97
3	5630.88
4	5928.76
5	6242.39

Fuente: cuadro No. 68  
Elaboración: El autor

- **PRESUPUESTO DE SERVICIOS BÁSICOS PARA LA PRODUCCIÓN**

Dentro de los servicios básicos constan: agua potable, luz eléctrica cuyos rubros para el funcionamiento del siguiente proyecto se detallan a continuación:

**AGUA POTABLE**

Este servicio será utilizado para el área de producción, el mismo que tendrá una base de \$20.45 ctvs.; el consumo es de 30 metros cúbicos para cada mes a un precio de 0,54<sup>c/u</sup> más la base imponible dándonos un costo mensual de \$36,65 y un costo anual de \$439,80 de gasto por consumo de agua del primer año.

**CUADRO No. 70**

<b>PRESUPUESTO DE AGUA POTABLE</b>						
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>		<b>COSTOS</b>			
	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>BASE IMP</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Consumo de Agua (m3)	30	360	0.54	20.45	36.65	439.80
<b>TOTAL</b>					<b>36.65</b>	<b>439.80</b>

Fuente: UMAPAL  
Elaboración: El autor

**CUADRO No. 71**

<b>PROYECCIÓN AGUA POTABLE</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL 5.29%</b>
1	439.80
2	463.07
3	487.56
4	513.35
5	540.51

Fuente: cuadro No. 70  
Elaboración: El autor

**ENERGIA ELÉCTRICA**

En este rubro el consumo de luz será de 500 kw mensuales y 6000 kw anuales, con una base imponible de 20,45, dando un total mensual de \$65,45 y anual de \$785,40.

**CUADRO No. 72**

<b>PRESUPUESTO DE ENERGIA ELECTRICA</b>						
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>		<b>COSTOS</b>			
	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>BASE IMP.</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Consumo E. Eléctrica (Kw)	500	6000	0.09	20.45	65.45	785.40
<b>TOTAL</b>					<b>65.45</b>	<b>785.40</b>

Fuente: Empresa Eléctrica Regional del Sur.  
Elaboración: El autor

**CUADRO No. 73**

<b>PROYECCIÓN ENERGÍA ELÉCTRICA</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL 5.29%</b>
1	785.40
2	826.95
3	870.69
4	916.75
5	965.25

Fuente: cuadro No. 72  
Elaboración: El autor

- **INDUMENTARIA DE PERSONAL**

Son implementos necesarios que utilizan los obreros para realizar sus actividades productivas en una forma adecuada tenemos un costo mensual de \$93,05 y un costo anual de \$399,30.

**CUADRO No. 74**

<b>PRESUPUESTO DE IDUMENTARIA DE PERSONAL</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>		<b>COSTOS</b>		
	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Mandiles de tela	6	12	8.00	48.00	96.00
Delantales de Plástico	3	6	1.50	4.50	9.00
Cofias (Gorras)	12	144	0.25	3.00	36.00
Guantes de Caucho	3	18	0.95	2.85	17.10
Guantes quirúrgicos	66	792	0.25	16.50	198.00
Guantes de cocina	2	12	0.85	1.70	10.20
Mascarilla	6	72	0.25	1.50	18.00
Botas de Caucho (Blancas)	3	3	5.00	15.00	15.00
<b>TOTAL:</b>				<b>93.05</b>	<b>399.30</b>

Fuente: Almacenes de la ciudad de Loja  
Elaboración: El autor

**CUADRO No. 75**

<b>PROYECCIÓN INDUMENTARIA</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL 5.29%</b>
1	399.30
2	420.42
3	442.66
4	466.08
5	490.74

Fuente: cuadro No. 74  
Elaboración: El autor

- **ÚTILES DE ASEO**

Es necesario realizar un presupuesto de utensilios de aseo, los mismos que nos permite realizar de la mejor manera las operaciones y a su vez el bienestar de los trabajadores y de la empresa dando un costo mensual de \$36,86 y un costo anual de \$232,76.

**CUADRO No. 76**

<b>PRESUPUESTO DE ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>		<b>COSTOS</b>		
	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Lava 1000g.	2	24	1.75	3.50	42.00
Espanja de lavar	4	48	0.25	1.00	12.00
Detergente 2Kg.	1	8	3.00	3.00	24.00
Jabón de tocador	2	24	0.45	0.90	10.80
Desinfectante 4lts.	1	12	4.50	4.50	54.00
Ajax 4lt.	2	24	2.00	4.00	48.00
Cestas de Basura	2	2	2.50	5.00	5.00
Recogedores	2	2	1.98	3.96	3.96
Franelas	4	12	0.75	3.00	9.00
Escobas	2	6	1.50	3.00	9.00
Trapeadores	2	6	2.50	5.00	15.00
<b>TOTAL:</b>			21.18	36.86	232.76

Fuente: Híper Valle  
Elaboración: El autor

**CUADRO No. 77**

<b>PROYECCIÓN ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL 5.29%</b>
1	232.76
2	245.07
3	258.04
4	271.69
5	286.06

Fuente: cuadro No. 76  
Elaboración: El autor

## GASTOS ADMINISTRATIVOS

- **PRESUPUESTO DE SUELDOS Y SALARIOS**

Se refiere a los sueldos para el personal que trabajarán en la parte administrativa de la empresa, como se detalla a continuación:

**CUADRO No. 78**

RUBROS	DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
	GERENTE	SECRETERARIA	CONTADORA
Sueldo Básico	400.00	295.00	300
Décimo Tercero /12	33.33	24.58	25.00
Décimo Cuarto SBU/12	24.33	24.33	24.33
Fondo de Reserva	33.32	24.57	24.99
Aporte Patronal 12,15%	48.60	35.84	36.45
Vacaciones	16.67	12.29	12.50
<b>TOTAL</b>	<b>556.25</b>	<b>416.62</b>	<b>423.27</b>
<b>No. De empleados</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>MENSUAL</b>	<b>556.25</b>	<b>416.62</b>	<b>423.27</b>
<b>ANUAL</b>	<b>6675.04</b>	<b>4999.49</b>	<b>5079.28</b>
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>1396.15</b>		
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>16753.81</b>		

Fuente: Ministerio de Trabajo  
Elaboración: El autor

**CUADRO No. 79**

PROYECCION PERSONAL ADMINSITRATIVO	
AÑOS	VALOR TOTAL 5.29%
1	16753.81
2	17640.09
3	18573.25
4	19555.77
5	20590.27

Fuente: cuadro No. 78  
Elaboración: El autor

- **AGUA POTABLE**

El consumo de agua para el área administrativa es de 4 metros cúbicos de agua mensual y 48 metros cúbicos anual con una base imponible de 20,45 un costo mensual de \$22,61 y un costo anual de \$271.32

**CUADRO No. 80**

<b>PRESUPUESTO DE AGUA POTABLE</b>						
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>		<b>COSTOS</b>			
	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>BASE IMP.</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Consumo de Agua (m3)	4	48	0.54	20.45	22.61	271.32
<b>TOTAL</b>					<b>22.61</b>	<b>271.32</b>

Fuente: UMAPAL  
Elaboración: El autor

**CUADRO No. 81**

<b>PROYECCIÓN AGUA POTABLE</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL 5.29%</b>
1	271.32
2	285.67
3	300.78
4	316.70
5	333.45

Fuente: cuadro No. 80  
Elaboración: El autor

- **ENERGÍA ELÉCTRICA**

En este rubro el consumo de luz será de 50 kw mensuales y 600 0kw anual, con un costo mensual de \$24,95 y un costo anual de \$299,40

**CUADRO No. 82**

<b>PRESUPUESTO DE ENERGÍA ELÉCTRICA</b>						
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>		<b>COSTOS</b>			
	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>BASE IMP.</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Consumo E. Eléctrica (Kw)	50	600	0.09	20.45	24.95	299.40
<b>TOTAL</b>					<b>24.95</b>	<b>299.40</b>

Fuente: Empresa Eléctrica Regional del Sur.  
Elaboración: El autor

**CUADRO No. 83**

<b>PROYECCIÓN ENERGÍA ELÉCTRICA</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL 5.29%</b>
1	299.40
2	315.24
3	331.91
4	349.47
5	367.96

Fuente: cuadro No. 82  
Elaboración: El autor

- **TELÉFONO**

En este rubro se basa de la ejecución de las actividades administrativas y comerciales de la empresa. Se estima un promedio de 300 minutos al mes, para obtener el valor final a pagar se le incrementa el valor base que es de \$ 12,00 y se obtiene el valor mensual y anual del consumo.

**CUADRO No. 83**

<b>PRESUPUESTO DE LINEA TELEFÓNICA</b>						
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>		<b>COSTOS</b>			
	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>BASE IMP.</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Consumo (Minuto)	300	3600	0.03	12.00	21.00	252.00
<b>TOTAL</b>					21.00	<b>252.00</b>

Fuente: Empresa CNT  
Elaboración: El autor

**CUADRO No. 85**

<b>PROYECCIÓN TELÉFONO</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL 5.29%</b>
1	252.00
2	265.33
3	279.37
4	294.15
5	309.71

Fuente: cuadro No. 84  
Elaboración: El autor

- **ÚTILES DE OFICINA**

En este rubro se toma encuesta los materiales que se requiere dentro de las actividades administrativas, los mismos que se detallan a continuación:

**CUADRO No. 86**

<b>PRESUPUESTO DE ÚTILES DE OFICINA</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>		<b>COSTOS</b>		
	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Tintas de Impresora	2	24	8.00	16.00	192.00
Sellos	2	4	6.00	12.00	24.00
Carpetas (Unidad)	2	12	0.25	0.50	3.00
Hojas de papel A4 (Resma x500)	2	18	4.25	8.50	76.50
Lapiceros (Caja x 20)	1	3	3.00	3.00	9.00
Lápices (Caja x12)	1	3	3.50	3.50	10.50
Borrador (Caja x 12)	1	2	2.00	2.00	4.00
Grapadoras (Unidad)	3	6	3.80	11.40	22.80
Perforadoras	2	6	4.00	8.00	24.00
Grapas (Caja x100)	3	36	1.50	4.50	54.00
Clip (Caja x100)	2	24	1.50	3.00	36.00
Cuadernos Académicos (Unidad)	3	18	0.75	2.25	13.50
Marcadores (Unidad)	3	18	0.40	1.20	7.20
Talonarios de facturas (x100 Unidad)	3	36	5.00	15.00	180.00
Archivadores (Unidades)	6	12	2.00	12.00	24.00
<b>TOTAL:</b>				<b>74.85</b>	<b>680.50</b>

Fuente: La Reforma  
Elaboración: El Autor

**CUADRO No. 87**

<b>PROYECCIÓN ÚTILES DE OFICINA</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL 5.29%</b>
1	680.50
2	716.50
3	754.40
4	794.31
5	836.33

Fuente: cuadro No. 86  
Elaboración: El autor

• **ÚTILES DE ASEO PARA LA ADMINISTRACIÓN**

Es necesario realizar un presupuesto de útiles de aseo, los mismos que son necesarios para el bienestar de los trabajadores y de la empresa,

**CUADRO No. 88**

<b>PRESUPUESTO DE ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>		<b>COSTOS</b>		
	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Jabón de tocador	2	24	0.45	0.90	10.80
Papel Higiénico Scott 12u.	1	12	4.00	4.00	48.00
Ambiental Glade	1	12	1.25	1.25	15.00
Toallas de Mano	2	4	1.00	2.00	4.00
Desinfectante 4lts.	1	3	4.50	4.50	13.50
Ajax 4lt.	1	6	2.00	2.00	12.00
Cestas de Basura	5	5	2.50	12.50	12.50
Recogedores	2	2	1.98	3.96	3.96
Franelas	5	10	0.75	3.75	7.50
Escobas	2	4	1.50	3.00	6.00
Trapeadores	2	4	2.50	5.00	10.00
<b>TOTAL:</b>				<b>42.86</b>	<b>143.26</b>

Fuente: Híper Valle  
Elaboración: El autor

**CUADRO No. 89**

<b>PROYECCIÓN ÚTILES DE ASEO</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL 5.29%</b>
1	143.26
2	150.84
3	158.82
4	167.22
5	176.07

Fuente: cuadro No. 88  
Elaboración: El autor

- **EQUIPO DE SEGURIDAD**

Son considerados como primeros auxilios a los que se puedan someterse los que laboran en la empresa.

**CUADRO No. 90**

<b>PRESUPUESTO DE EQUIPOS DE SEGURIDAD</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>		<b>COSTOS</b>		
	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Botiquín	1	1	15.00	15.00	15.00
<b>TOTAL:</b>				<b>15.00</b>	<b>15.00</b>

Fuente: Farmacia  
Elaboración: El autor

**CUADRO No. 91**

<b>PROYECCIÓN EQUIPO DE SEGURIDAD</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL 5.29%</b>
1	15.00
2	15.79
3	16.63
4	17.51
5	18.43

Fuente: cuadro No. 90  
Elaboración: El autor

**GASTOS DE VENTA**

- **SUELDOS Y SALARIOS**

Representan la retribución que el empleador le paga a un trabajador por las actividades que realizan a favor de la empresa.

**CUADRO No. 92**

<b>PRESUPUESTO SUELDO O SALARIO</b>		
<b>RUBROS</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	
	<b>JEFE DE VENTAS</b>	<b>CHOFER</b>
<b>Sueldo Básico</b>	300.00	292.00
Décimo Tercero /12	25.00	24.33
Décimo Cuarto SBU/12	24.33	24.33
Fondo de Reserva 8,33%	24.99	24.32
Aporte Patronal 12,15%	36.45	35.48
Vacaciones	12.50	12.17
<b>TOTAL</b>	<b>423.27</b>	<b>412.63</b>
<b>No. De empleados</b>	1	1
<b>MENSUAL</b>	<b>423.27</b>	<b>412.63</b>
<b>ANUAL</b>	<b>5079.28</b>	<b>4951.62</b>
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>835.91</b>	
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>10030.90</b>	

Fuente: Ministerio de Trabajo.  
Elaboración: El autor

**CUADRO No. 93**

<b>PROYECCIÓN SUELDOS Y SALARIOS</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL 5.29%</b>
1	10030.90
2	10561.53
3	11120.24
4	11708.50
5	12327.88

Fuente: cuadro No. 92  
Elaboración: El autor

- **PUBLICIDAD**

Es una técnica de comunicación masiva, destinada a informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación más óptima; con el objetivo de motivar al público hacia una acción de consumo.

En el presente proyecto para determinar el medio de comunicación más idóneo para promocionar nuestro producto se tomo en consideración la información recopilada en el estudio de mercado.

**CUADRO No. 94**

<b>PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>		<b>COSTOS</b>		
	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
RADIO LUZ Y VIDA	40	480	1.45	58.00	696.00
La Hora	52	624	3.00	156.00	1872.00
<b>TOTAL:</b>			<b>4.45</b>	<b>214.00</b>	<b>2568.00</b>

Fuente: del estudio de mercado  
Elaboración: EL AUTOR

**CUADRO No. 95**

<b>PROYECCIÓN PUBLICIDAD</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL 5.29%</b>
1	2568.00
2	2703.85
3	2846.88
4	2997.48
5	3156.05

Fuente: cuadro No. 94  
Elaboración: El autor

- **COMBUSTIBLE**

Necesario para el vehículo que tendrá la empresa con un costo mensual de \$ 36,25, y costo anual de \$435,00, como se detalla a continuación:

**CUADRO No. 96**

<b>PRESUPUESTO DE COMBUSTIBLE</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>		<b>COSTOS</b>		
	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Gasolina Extra	25	300	1.45	36.25	435.00
<b>TOTAL:</b>				<b>36.25</b>	<b>435.00</b>

Fuente: Gasolinera Silva.  
Elaboración: el autor

**CUADRO No. 97**

<b>PROYECCIÓN DE COMBUSTIBLE</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL 5.29%</b>
1	435.00
2	458.01
3	482.24
4	507.75
5	534.61

Fuente: cuadro No. 96  
Elaboración: El autor

- **LUBRICANTE Y MANTENIMIENTO**

Este rubro requerirá la empresa para el buen funcionamiento del vehículo el mismo que será de al costo que tendrá el vehículo.

**CUADRO No. 98**

<b>PRESUPUESTO DE MANTENIMIENTO Y LUBRICANTE</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>		<b>COSTOS</b>		
	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Cambio de aceite	1	2	4.00	4.00	8.00
Mantenimiento	1	2	30.00	30.00	60.00
<b>TOTAL:</b>				<b>34.00</b>	<b>68.00</b>

Fuente: lubricadoras  
Elaboración: El autor

**CUADRO No. 99**

<b>PROYECCIÓN DE MANTENIMIENTO</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL 5.29%</b>
1	68.00
2	71.60
3	75.38
4	79.37
5	83.57

Fuente: cuadro 98  
Elaboración: El autor

**RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS  
CUADRO No. 100**

<b>RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Terreno	21000.00
Construcción	25000.00
Maquinaria	10700.00
Herramientas	954.00
Mueble para producción	200.00
Equipo de Oficina	119.00
Equipo de Computación	1100.00
Muebles y Enseres	555.00
Vehículo	17000.00
<b>TOTAL</b>	<b>76628.00</b>

Fuente: cuadros del 50 al 57  
Elaboración: El autor

**RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN O CAPITAL DE TRABAJO  
CUADRO No. 101**

<b>RESUMEN DE COSTO DE PRODUCCIÓN</b>		
<b>DESCRIPCION</b>	<b>V. MENSUAL</b>	<b>V. ANUAL</b>
Materia Prima Directa	2748.76	32985.13
Materiales Indirectos	3005.33	36064.00
Mano de Obra Directa	1650.54	19806.48
Mano de Obra Indirecta	423.27	5079.28
Agua	36.65	439.80
Energía Eléctrica	65.45	785.40
Presupuesto de Indumentaria del Personal	93.05	399.30
Útiles de Aseo y Limpieza	36.86	232.76
<b>TOTAL</b>	<b>8059.92</b>	<b>95792.15</b>

Fuente: cuadros del 62 al 77  
Elaboración: El autor

**RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS  
CUADRO No. 102**

<b>RESUMEN DE GASTO ADMINISTRATIVO</b>		
<b>DESCRIPCION</b>	<b>V.MENSUAL</b>	<b>V.ANUAL</b>
Sueldos y Salarios	1396.15	16753.81
Energía Eléctrica	24.95	299.40
Servicio Telefónico	21.00	252.00
Agua Potable	22.61	271.32
Útiles de Oficina	74.85	680.50
Útiles de Aseo	42.86	143.26
Equipo de Seguridad	15.00	15.00
<b>TOTAL</b>	<b>1597.42</b>	<b>18415.29</b>

Fuente: cuadros del 78 al 91  
Elaboración: El autor

**RESUMEN GASTOS DE VENTA  
CUADRO No. 103**

<b>RESUMEN DE GASTO DE VENTA</b>		
<b>DESCRIPCION</b>	<b>V.MENSUAL</b>	<b>V.ANUAL</b>
Sueldos y Salarios	835.91	10030.90
Publicidad	214.00	2568.00
Combustibles	36.25	435.00
Mantenimiento del vehículo	34.00	68.00
<b>TOTAL</b>	<b>1120.16</b>	<b>13101.90</b>

Fuente: cuadros del 90 al 97  
Elaboración: El autor

## RESUMEN DE LA INVERSIÓN

**CUADRO No. 104**

<b>RESUMEN DE LA INVERSION</b>	
<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR PARCIAL</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
Terreno	21000.00
Construcción	25000.00
Maquinaria	10700.00
Herramientas	954.00
Mueble para producción	200.00
Equipo de Oficina	119.00
Equipo de Computación	1100.00
Muebles y Enceres	555.00
Vehículo	17000.00
<b>TOTAL</b>	<b>76628.00</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Patentes	423.00
Estudios preliminares	800.00
Permisos de funcionamiento	400.00
Conformación de la Compañía	400.00
Línea Telefónica	99.00
<b>TOTAL</b>	<b>2122.00</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO (mes)</b>	
Materia Prima Directa	2748.76
Materia Prima Indirecta	3005.33
Mano de Obra Directa	1650.54
Mano de Obra Indirecta	423.27
Agua Potable	36.65
Energía Eléctrica	65.45
Indumentaria del Personal	93.05
Útiles de Aseo y Limpieza	36.86
Gastos Administrativos	1597.42
Gastos de Ventas	1120.16
<b>TOTAL</b>	<b>10777.50</b>
<b>TOTAL DE LA INVERSION</b>	<b>89527.50</b>

Fuente: cuadros del 50 al 104  
Elaboración: El autor

## FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

El total de inversión para implementar la empresa es de \$89.527,50 dólares, del cual el 55,32% aportarán los socios es decir \$49.527,50 y el 44,66% equivalente a \$40.000,00 dólares mediante crédito a la Cooperativa Manuel Esteban Godoy (COOMEGO) financiado a 5 años plazo con un interés al 12% con pagos semestrales

**CUADRO No. 105**

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN		
DENOMINACIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Capital Social	49527.50	55.32%
Capital Externo	40000.00	44.68%
<b>TOTAL:</b>	<b>89527.50</b>	<b>100%</b>

Fuente: COOMEGO

Elaboración: El autor

**CUADRO No. 106**

CAPITAL	40,000.00	PAGO	Semestral	
INTERES	12.00%		INTERÉS	DIVIDENDO
TIEMPO	5 años			
SEMESTRAL	CAPITAL	S	DIVIDENDO	CAPITAL REDUCIDO
0				40,000.00
1	4,000.00	2,400.00	6,400.00	36,000.00
2	4,000.00	2,160.00	6,160.00	32,000.00
3	4,000.00	1,920.00	5,920.00	28,000.00
4	4,000.00	1,680.00	5,680.00	24,000.00
5	4,000.00	1,440.00	5,440.00	20,000.00
6	4,000.00	1,200.00	5,200.00	16,000.00
7	4,000.00	960.00	4,960.00	12,000.00
8	4,000.00	720.00	4,720.00	8,000.00
9	4,000.00	480.00	4,480.00	4,000.00
10	4,000.00	240.00	4,240.00	0.00

Fuente: COOMEGO

Elaboración: El autor

## **ANÁLISIS DE COSTOS**

Están dados por los valores que fue necesario incurrir para la ejecución de las actividades productivas de la empresa.

- **PRESUPUESTO PROFORMADO O PROYECTADO**

Para establecer el presupuesto proformado es necesario determinar el costo de producción, para su cálculo se toma en consideración los siguientes elementos:

En el presente proyecto los ingresos y los egresos son estimados aplicando el incremento de 5,29%, de acuerdo a la inflación de enero 2012. El presupuesto se demuestra en el siguiente cuadro.

**CUADRO No. 107**

PRESUPUESTOS PROFORMADOS O PROYECTADOS					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>					
<b>Costo Primo</b>					
Materia Prima Directa Figuras Chocolates	13858.00	14591.09	15362.96	16175.66	17031.35
Materia Prima Directa Manjar de Leche	11933.77	12565.07	13229.76	13929.61	14666.49
Materia Prima Directa Mermeladas	7193.36	7573.89	7974.55	8396.40	8840.57
Mano de Obra Directa	19806.48	20854.24	21957.43	23118.98	24341.97
<b>TOTAL COSTO PRIMO</b>	<b>52791.61</b>	<b>55584.28</b>	<b>58524.69</b>	<b>61620.65</b>	<b>64880.38</b>
<b>GASTOS GENERALES DE FAB.</b>					
Materia Prima Indirecta Figuras Chocolates	19344.00	20367.30	21444.73	22579.15	23773.59
Materiales Indirectos Manjar de Leche	2800.00	2948.12	3104.08	3268.28	3441.17
Materia Prima Indirecta Mermeladas	13920.00	14656.37	15431.69	16248.03	17107.55
Mano de Obra Indirecta	5079.28	5347.97	5630.88	5928.76	6242.39
Agua Potable	439.80	463.07	487.56	513.35	540.51
Energía Eléctrica	785.40	826.95	870.69	916.75	965.25
Indumentaria de personal	399.30	420.42	442.66	466.08	490.74
Útiles de Aseo y limpieza	232.76	245.07	258.04	271.69	286.06
Dep. de Construcción	1250.00	1250.00	1250.00	1250.00	1250.00
Dep. de Maquinaria	1070.00	1070.00	1070.00	1070.00	1070.00
Dep. de Herramientas	95.40	95.40	95.40	95.40	95.40
Dep. Mueble para producción	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00
<b>TOTAL GASTOS DE FAB.</b>	<b>45435.94</b>	<b>47710.67</b>	<b>50105.73</b>	<b>52627.49</b>	<b>55282.65</b>
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>98227.55</b>	<b>103294.95</b>	<b>108630.42</b>	<b>114248.14</b>	<b>120163.03</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>					
<b>Gastos de Administración</b>					
Sueldos Administrativos	16753.81	17640.09	18573.25	19555.77	20590.27
Energía Eléctrica	299.40	315.24	331.91	349.47	367.96
Servicio Telefónico	252.00	265.33	279.37	294.15	309.71
Agua Potable	271.32	285.67	300.78	316.70	333.45
Útiles de Oficina	680.50	716.50	754.40	794.31	836.33
Útiles de Aseo	143.26	150.84	158.82	167.22	176.07
Equipo de Seguridad	15.00	15.79	16.63	17.51	18.43
Dep. de Muebles y Enseres	55.50	55.50	55.50	55.50	55.50
Dep. de Equipo de Computación	366.67	366.67	366.67	550.00	550.00
Dep. de Equipo de Oficina	11.90	11.90	11.90	11.90	11.90
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>18849.36</b>	<b>19823.53</b>	<b>20849.23</b>	<b>22112.53</b>	<b>23249.62</b>
<b>Gastos de Venta</b>					
Sueldo Jefe de ventas	10030.90	10561.53	11120.24	11708.50	12327.88
Publicidad	2568.00	2703.85	2846.88	2997.48	3156.05
Combustibles	435.00	458.01	482.24	507.75	534.61
Mantenimiento del vehículo	68.00	71.60	75.38	79.37	83.57
Dep. de Vehículo	3400.00	3400.00	3400.00	3400.00	3400.00
<b>TOTAL GASTOS DE VENTA</b>	<b>16501.90</b>	<b>17194.99</b>	<b>17924.74</b>	<b>18693.10</b>	<b>19502.11</b>
<b>Gastos financieros</b>					
Interés por Préstamo	4560.00	3600.00	2640.00	1680.00	720.00
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>4560.00</b>	<b>3600.00</b>	<b>2640.00</b>	<b>1680.00</b>	<b>720.00</b>
<b>OTROS GASTOS</b>					
Amortización de Activo Diferido	424.40	424.40	424.40	424.40	424.40
Amortización del Crédito	8000.00	8000.00	8000.00	8000.00	8000.00
<b>TOTAL DE OTROS GASTOS</b>	<b>8424.40</b>	<b>8424.40</b>	<b>8424.40</b>	<b>8424.40</b>	<b>8424.40</b>
<b>TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>48335.66</b>	<b>49042.92</b>	<b>49838.37</b>	<b>50910.03</b>	<b>51896.13</b>
<b>TOTAL DE COSTOS TOTALES</b>	<b>146563.21</b>	<b>152337.87</b>	<b>158468.80</b>	<b>165158.17</b>	<b>172059.16</b>

Fuente: cuadros del 50 al 106

Elaboración: El autor

- COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN Y DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO.** En todo proyecto se hace conocer el costo de producción es así que para el costo de producción de las figuras de chocolates se procede primeramente a los Costos Totales restarles lo referente a la materia prima directa e indirecta del manjar de leche y las diferentes mermeladas y da como resultado el Costo total real de las figuras de chocolates de 0,24 gramos, a este resultado se lo divide para el número de unidades a producirse y da costo unitario de producción a esto se le incrementa un margen de utilidad y se tiene el precio de venta al público; de la misma manera se realizó para el manjar de leche y las mermeladas de diferentes frutas.

**CUADRO No. 108**

<b>FIGURAS DE CHOCOLATES ( 0,24 gramos cada uno)</b>					
<b>DESCRIPCION</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
COSTOS TOTALES	146563.21	152337.87	158468.80	165158.17	172059.16
(-) MPD MANJAR	11933.77	12565.07	13229.76	13929.61	14666.49
(-) MPD MERMELADAS	7193.36	7573.89	7974.55	8396.40	8840.57
(-) MI MANJAR	2800.00	2948.12	3104.08	3268.28	3441.17
(-) MI MERMELADAS	13920.00	14656.37	15431.69	16248.03	17107.55
COSTOS DE FIGURAS CHOCOLATES	110716.07	114594.43	118728.73	123315.85	128003.38
UNIDADES A PRODUCIR	104000.00	104000.00	104000.00	104000.00	104000.00
TOTAL COSTO UNITARIO	1.06	1.10	1.14	1.19	1.23
MARGEN DE UTILIDAD	20%	20%	20%	20%	20%
TOTAL PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO	1.28	1.32	1.37	1.42	1.48

Fuente: cuadros del 107  
Elaboración: El autor

**CUADRO No. 109**

<b>MANJAR DE LECHE Y FIGURAS DE CHOCOLATE</b>					
<b>DESCRIPCION</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
COSTOS TOTALES	146563.21	152337.87	158468.80	165158.17	172059.16
(-)MPD FIGURAS DE CHOCOLATES	13858.00	14591.09	15362.96	16175.66	17031.35
(-)MPI FIGURAS DE CHOCOLATES	19344.00	20367.30	21444.73	22579.15	23773.59
COSTOS TOTALES MANJAR Y MERMELADAS	113361.21	117379.48	121661.11	126403.36	131254.22
UNIDADES A PRODUCIR	104000.00	104000.00	104000.00	104000.00	104000.00
TOTAL COSTO UNITARIO	1.09	1.13	1.17	1.22	1.26
MARGEN DE UTILIDAD	20%	20%	20%	20%	20%
TOTAL PRECIO DE VENTA AL PUBLICO	1.31	1.35	1.40	1.46	1.51

Fuente: cuadros del 107  
Elaboración: El autor

• **DETERMINACIÓN DE INGRESOS POR VENTAS**

Para determinar los ingresos por ventas se toma en cuenta el número de unidades producidas por el precio de venta al público, obteniendo como resultado los ingresos por venta para cada uno de los años como se detalla a continuación:

**CUADRO No. 110**

<b>INGRESOS POR VENTAS</b>					
<b>FIGURAS DE CHOCOLATES</b>					
<b>DESCRIPCION</b>	<b>1AÑO</b>	<b>2 AÑO</b>	<b>3 AÑO</b>	<b>4 AÑO</b>	<b>5 AÑO</b>
UNIDADES A PRODUCIR	104000	104000	104000	104000	104000
PVP	1.28	1.32	1.37	1.42	1.48
TOTAL INGRESOS	133120	137280	142480	147680	153920
<b>MANJAR DE LECHE Y MERMELADAS</b>					
<b>DESCRIPCION</b>	<b>1AÑO</b>	<b>2 AÑO</b>	<b>3 AÑO</b>	<b>4 AÑO</b>	<b>5 AÑO</b>
UNIDADES A PRODUCIR	104000	104000	104000	104000	104000
PVP	1.31	1.35	1.40	1.46	1.51
TOTAL INGRESOS	136240.00	140400.00	145600.00	151840.00	157040.00
<b>TOTAL DE INGRESOS PRODUCTOS</b>					
	<b>1 AÑO</b>	<b>2 AÑO</b>	<b>3 AÑO</b>	<b>4 AÑO</b>	<b>5 AÑO</b>
PRODUCTOS	269360.00	277680.00	288080.00	299520.00	310960.00

Fuente: cuadros del 107 al 109  
Elaboración: El autor

- **CLASIFICACIÓN DE COSTOS**

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

### **COSTOS FIJOS**

Representa aquellos valores monetarios en que incurre la empresa por el solo hecho de existir independientemente de que existe o no producción. También se puede decir que son aquellos que permanecen constantes durante un periodo de tiempo determinado y no guardan una relación alguna con los niveles de producción

### **COSTOS VARIABLES**

Son aquellos valores en que incurre la empresa en función de su capacidad de producción está en relación directa con los niveles de producción de la empresa. Se puede decir que son los que incremente o disminuyen proporcionalmente conforme sube o baja el volumen de producción.

En este caso se clasifica el primer y el quinto año con la finalidad de determinar el punto de equilibrio.

## CUADRO No. 111

Clasificación de los costos AÑO 1			
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	COSTOS FIJOS	COSTOS VAR.
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>			
<b>Costo Primo</b>			
Materia Prima Directa Figuras de chocolate	13858.00		13858.00
Materia Prima directa de Manjar de Leche	11933.77		11933.77
Materia Prima Directa de Mermeladas	7193.36		7193.36
Mano de Obra Directa	19806.48	19806.48	
<b>Total Costo Primo</b>	<b>52791.61</b>	<b>19806.48</b>	<b>32985.13</b>
<b>GASTOS INDIRECTOS DE FAB.</b>			
Materiales Indirectos de Figuras de chocolate	19344.00		19344.00
Materiales Indirectos de Manjar de Leche	2800.00		2800.00
Materiales Indirectos de Mermeladas	13920.00		13920.00
Mano de Obra Indirecta	5079.28	5079.28	
Agua Potable	439.80		439.80
Energía Eléctrica	785.40		785.40
Indumentaria de personal	399.30		399.30
Útiles de Aseo y limpieza	232.76		232.76
Dep. De Construcción	1250.00	1250.00	
Dep. de Maquinaria	1070.00	1070.00	
Dep. de Herramientas	95.40	95.40	
Dep. Mueble para producción	20.00	20.00	
<b>TOTAL GASTOS INDI. DE FAB.</b>	<b>45435.94</b>	<b>7514.68</b>	<b>37921.26</b>
<b>TOTAL COSTOS DE PROD.</b>	<b>98227.55</b>	<b>27321.16</b>	<b>70906.39</b>
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>			
<b>Gastos de Administración</b>			
Sueldos Administrativos	16753.81	16753.81	
Energía Eléctrica	299.40	299.40	
Servicio Telefónico	252.00	252.00	
Agua Potable	271.32	271.32	
Útiles de Oficina	680.50	680.50	
Útiles de Aseo	143.26	143.26	
Equipo de Seguridad	15.00	15.00	
Dep. de Muebles y Enseres	55.50	55.50	
Dep. de Equipo de Computación	366.67	366.67	
Dep. de Equipo de Oficina	11.90	11.90	
<b>TOT. GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>18849.36</b>	<b>18849.36</b>	
<b>Gastos de Venta</b>			
Sueldos Jefe de Ventas	10030.90	10030.90	
Publicidad	2568.00	2568.00	
Combustibles	435.00		435.00
Mantenimiento del vehículo	68.00		68.00
Dep. de Vehículo	3400.00	3400.00	
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>16501.90</b>	<b>15998.90</b>	<b>503.00</b>
<b>Gastos financieros</b>			
Interés por Préstamo	4560.00	4560.00	
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>4560.00</b>	<b>4560.00</b>	
<b>OTROS GASTOS</b>			
Amortización de Activo Diferido	424.40	424.40	
Amortización de Crédito	8000.00	8000.00	
<b>TOTAL OTROS GASTOS</b>	<b>8424.40</b>	<b>8424.40</b>	
<b>TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>48335.66</b>	<b>47832.66</b>	<b>503.00</b>
<b>SUBTOTAL</b>	<b>146563.21</b>	<b>75153.81</b>	<b>71409.39</b>
<b>TOTAL COSTOS TOTALES</b>		<b>146563.21</b>	

## CUADRO No. 112

Clasificación de los costos AÑO 5			
DESCRIPCIÓN	AÑO 5	COSTOS FIJOS	COSTOS VAR.
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>			
<b>Costo Primo</b>			
Materia Prima Directa Figuras de chocolate	17031.35		17031.35
Materia Prima directa de Manjar de Leche	14666.49		14666.49
Materia Prima Directa de Mermeladas	8840.57		8840.57
Mano de Obra Directa	24341.97	24341.97	
<b>Total Costo Primo</b>	<b>64880.38</b>	<b>24341.97</b>	<b>40538.41</b>
<b>GASTOS INDIRECTOS DE FAB.</b>			
Materiales Indirectos de Figuras de chocolate	23773.59		23773.59
Materiales Indirectos de Manjar de Leche	3441.17		3441.17
Materiales Indirectos de Mermeladas	17107.55		17107.55
Mano de Obra Indirecta	6242.39	6242.39	
Agua Potable	540.51		540.51
Energía Eléctrica	965.25		965.25
Indumentaria de personal	490.74		490.74
Útiles de Aseo y limpieza	286.06		286.06
Dep. De Construcción	1250.00	1250.00	
Dep. de Maquinaria	1070.00	1070.00	
Dep. de Herramientas	95.40	95.40	
Dep. Mueble para producción	20.00	20.00	
<b>TOTAL GASTOS INDI. DE FAB.</b>	<b>55282.65</b>	<b>8677.79</b>	<b>46604.87</b>
<b>TOTAL COSTOS DE PROD.</b>	<b>120163.03</b>	<b>33019.76</b>	<b>87143.28</b>
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>			
<b>Gastos de Administración</b>			
Sueldos Administrativos	20590.27	20590.27	
Energía Eléctrica	367.96	367.96	
Servicio Telefónico	309.71	309.71	
Agua Potable	333.45	333.45	
Útiles de Oficina	836.33	836.33	
Útiles de Aseo	176.07	176.07	
Equipo de Seguridad	18.43	18.43	
Dep. de Muebles y Enseres	55.50	55.50	
Dep. de Equipo de Computación	550.00	550.00	
Dep. de Equipo de Oficina	11.90	11.90	
<b>TOT. GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>23249.62</b>	<b>23249.62</b>	
<b>Gastos de Venta</b>			
Sueldos Jefe de Ventas	12327.88	12327.88	
Publicidad	3156.05	3156.05	
Combustibles	534.61		534.61
Mantenimiento del vehículo	83.57		83.57
Dep. de Vehículo	3400.00	3400.00	
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>19502.11</b>	<b>18883.93</b>	<b>618.18</b>
<b>Gastos financieros</b>			
Interés por Préstamo	720.00	720.00	
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>720.00</b>	<b>720.00</b>	
<b>OTROS GASTOS</b>			
Amortización de Activo Diferido	424.40	424.40	
Amortización de Crédito	8000.00	8000.00	
<b>TOTAL OTROS GASTOS</b>	<b>8424.40</b>	<b>8424.40</b>	
<b>TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>51896.13</b>	<b>51277.94</b>	<b>618.18</b>
<b>SUBTOTAL</b>	<b>172059.16</b>	<b>84297.70</b>	<b>87761.46</b>
<b>TOTAL COSTOS TOTALES</b>		<b>172059.16</b>	

- **PUNTO DE EQUILIBRIO**

Es el punto de producción en el que los ingresos cubren totalmente los egresos de la empresa y por lo tanto no existe ni utilidad ni pérdida; es donde se equilibran los costos y los ingresos; este análisis sirve especialmente para:

- ❖ Conocer el efecto que causa, el cambio en la capacidad de producción, sobre las ventas, los costos y las utilidades.
- ❖ Coordinar las operaciones de los departamento de producción y mercadotecnia
- ❖ Analizar las relaciones existentes entre los costos fijos y variables.

El punto de equilibrio para nuestro proyecto será calculado en función a la capacidad instalada y en función a las ventas.

### **PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL AÑO 1**

#### **En función de las ventas**

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

$$PE = \frac{75153.81}{0.734892369}$$

$$PE = 102265.06$$

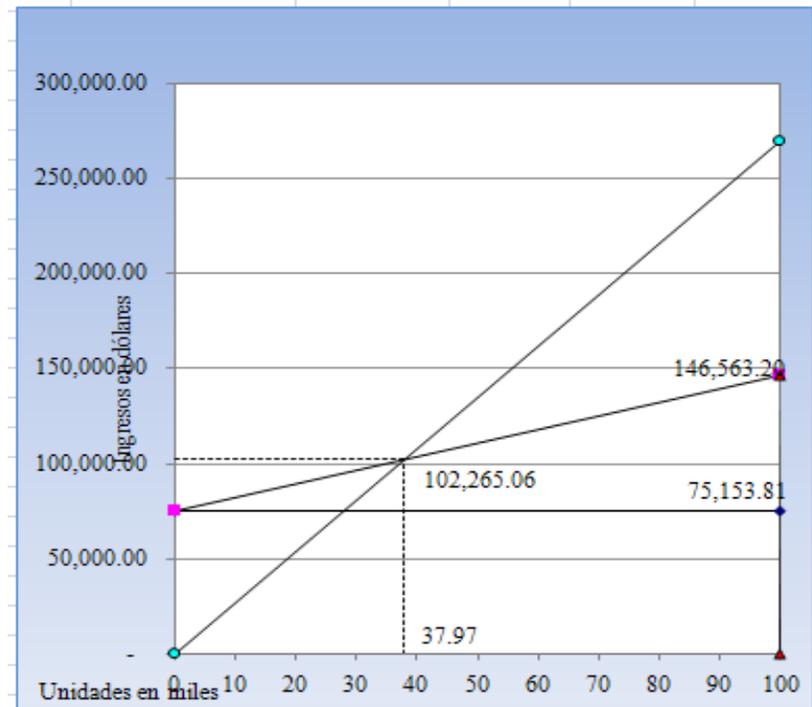
**En función a la capacidad instalada**

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

$$PE = \frac{75153.81}{197950.61} \times 100$$

$$PE = 0.379659427 \times 100$$

$$PE = 37.97$$



## PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL AÑO 5

### En función de las ventas

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

$$PE = \frac{84297.70}{0.717772514}$$

$$PE = 117443.48$$

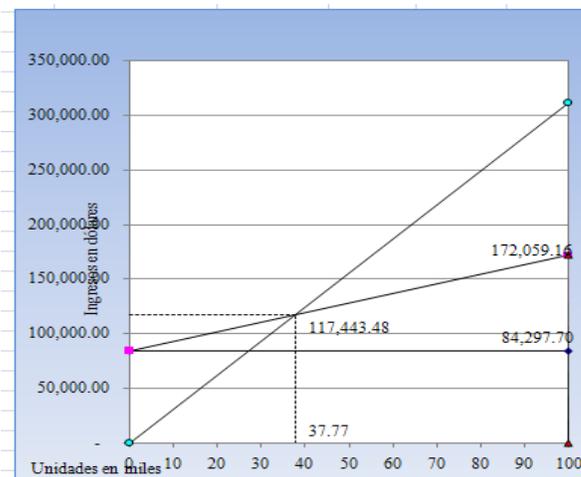
### En función a la capacidad instalada

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

$$PE = \frac{84297.70}{223198.54} \times 100$$

$$PE = 0.377680343 \times 100$$

$$PE = 37.77$$



- **ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

Permite conocer el estado financiero de la empresa en un momento determinado estableciendo así la utilidad o pérdida del ejercicio mediante la comparación de ingresos y egresos.

**CUADRO No. 113**

<b>ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS</b>					
<b>DESCRIPCION</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>1. Ingresos</b>					
Ventas	269360.00	277680.00	288080.00	299520.00	310960.00
(+) Valor residual					25564.00
<b>Total Ingresos</b>	<b>269360.00</b>	<b>277680.00</b>	<b>288080.00</b>	<b>299520.00</b>	<b>336524.00</b>
<b>2. Egresos</b>					
Costos de Producción	98227.55	103294.95	108630.42	114248.14	120163.03
(+) Costo de operación	48335.66	49042.92	49838.37	50910.03	51896.13
<b>Total de Egresos</b>	<b>146563.21</b>	<b>152337.87</b>	<b>158468.80</b>	<b>165158.17</b>	<b>172059.16</b>
<b>(1-2) Impuestos Grabables</b>	<b>122796.79</b>	<b>125342.13</b>	<b>129611.20</b>	<b>134361.83</b>	<b>164464.84</b>
(-) 15% Para Trabajadores	18419.52	18801.32	19441.68	20154.27	24669.73
<b>(=) Utilidad Antes de impuestos</b>	<b>104377.27</b>	<b>106540.81</b>	<b>110169.52</b>	<b>114207.56</b>	<b>139795.11</b>
(-)25% Impuesto a la Renta	26094.32	26635.20	27542.38	28551.89	34948.78
<b>(=) Utilidad antes de reserva legal</b>	<b>78282.96</b>	<b>79905.61</b>	<b>82627.14</b>	<b>85655.67</b>	<b>104846.34</b>
(-) 10% de Utilidad para Reserva	7828.30	7990.56	8262.71	8565.57	10484.63
<b>(=) Utilidad Líquida</b>	<b>70454.66</b>	<b>71915.05</b>	<b>74364.43</b>	<b>77090.10</b>	<b>94361.70</b>

Fuente: cuadros 107 al110  
Elaboración: El autor

## EVALUACIÓN FINANCIERA

Mide el efecto del proyecto desde el punto de vista de la empresa para decir su ejecución, valorando costos e ingresos y precios en el mercado.

- **FLUJO DE CAJA:** Representa la diferencia entre los ingresos y egresos, los flujos de caja inciden directamente en la capacidad de la empresa para pagar deudas o comprar activos.

**CUADRO No. 114**

<b>FLUJO DE CAJA</b>						
<b>DESCRIPCION</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>1. INGRESOS</b>						
Ventas		269360,00	277680,00	288080,00	299520,00	310960,00
Capital Ajeno	40000,00					
Capital Propio	49527,50					
Valor residual						25564,00
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>89527,50</b>	<b>269360,00</b>	<b>277680,00</b>	<b>288080,00</b>	<b>299520,00</b>	<b>336524,00</b>
<b>2. EGRESOS</b>						
Activo Fijo	76628,00					
Activo Diferido	2122,00					
Activo Circulante	10777,50					
Costos de Producción		98227,55	103294,95	108630,42	114248,14	120163,03
(+) Costo de operación		48335,66	49042,92	49838,37	50910,03	51896,13
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>		<b>146563,21</b>	<b>152337,87</b>	<b>158468,80</b>	<b>165158,17</b>	<b>172059,16</b>
<b>TOTAL INGRESOS-EGRESOS</b>		<b>122796,79</b>	<b>125342,13</b>	<b>129611,20</b>	<b>134361,83</b>	<b>164464,84</b>
(-) 15% UTILIDADES		18419,52	18801,32	19441,68	20154,27	24669,73
(-) 25% impuesto a la renta		26094,32	26635,20	27542,38	28551,89	34948,78
(-) 10% DE RESERVA LEGAL		7828,30	7990,56	8262,71	8565,57	10484,63
(+) DEPRECIACION DE ACTIVO Y AMORTIZACION DEL DIFERIDO		7243,87	7243,87	7243,87	7243,87	7243,87
<b>(=) FUJO DE CAJA</b>	<b>89527,50</b>	<b>77698,53</b>	<b>79158,91</b>	<b>81608,29</b>	<b>84333,97</b>	<b>101605,57</b>
	<b>0,00</b>					

- **VALOR ACTUAL NETO**

Representa el valor presente de los beneficios después de haber recuperado la inversión realizada en el proyecto, más sus costos de oportunidad. Los valores obtenidos en el flujo de caja se convierten en valores actuales. El VAN se define como la sumatoria de los flujos netos multiplicados por el factor del descuento, significa que se trasladan al año 0 los gastos del proyecto para asumir el riesgo de la inversión, los criterios de decisión basados en el VAN son:

- ❖ Si el VAN es positivo se puede aceptar el proyecto ya que ello significa que el valor de la empresa aumentara
- ❖ Si el VAN es negativo se rechaza la inversión ya que ello indica que la inversión perderá su valor en el tiempo.
- ❖ Si el VAN es igual a 0 la inversión queda al criterio del inversionista ya que la empresa durante su vida útil mantiene el valor de la inversión en términos de poder adquisitivo.

**CUADRO No. 115**

<b>VAN</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>FLUJOS NETOS</b>	<b>FACTOR DE ACTUALIZACIÓN</b>	<b>FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS</b>
0	<b>89527.50</b>	<b>12.00%</b>	
1	77698.53	0.892857143	69373.68
2	79158.91	0.797193878	63105.00
3	81608.29	0.711780248	58087.17
4	84333.97	0.635518078	53595.76
5	101605.57	0.567426856	57653.73
<b>TOTAL</b>			<b>301815.35</b>

Fuente: Cuadro 114 de flujo de caja.  
Elaboración: El autor

**VAN=** Flujo de caja – Inversión

**VAN=** 301.815,35 – 89.527,50

**VAN=** 212.287,85

Una vez realizada la operación se obtuvo como resultado que el VAN es positivo, ya que a través de dicho resultado se deduce que este valor es lo que se gana con el proyecto después de recuperado la inversión.

- **PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL**

Permite conocer el tiempo en que se va recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utiliza los valores del flujo de caja y el monto de inversión. Es conveniente actualizar los valores por cuanto a ellos será recuperados a futuro aun con la dolarización en el Ecuador el dinero pierde su valor adquisitivo en el tiempo.

**CUADRO No. 116**

<b>PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>FLUJOS NETOS</b>
0	<b>89527.50</b>
1	77698.53
2	79158.91
3	81608.29
4	84333.97
5	101605.57
<b>TOTAL</b>	<b>424405.27</b>

Fuente: cuadro 115 VAN.

Elaboración: El autor

Para determinar el periodo de recuperación, utilizamos la siguiente fórmula:

$$\text{PRC} = \frac{\text{TOTAL FLUJO DE CAJA} - \text{INVERSION INICIAL}}{\text{FLUJO DE CAJA (ULTIMO AÑO)}}$$

$$\text{PRC} = \frac{424405,27 - 89527,50}{101605,57}$$

$$\text{PRC} = \frac{334877,77}{101605,57}$$

$$\text{PRC} = \frac{3,295860355}{3 \text{ AÑOS}}$$

$$\text{PRC} = 0,295860355 \times 12 = 3,550324259$$

**3 MESES**

$$\text{PRC} = 0,550324259 \times 30 = 16,5090$$

**16 DÍAS**

### • RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Permite medir el rendimiento que se obtiene por cada cantidad monetaria invertida es decir si el proyecto se acepta o no en base al siguiente criterio:

- ❖ Si la relación sobre egresos es igual a uno el proyecto es indiferente
- ❖ Si la relación es mayor que uno el proyecto es rentable
- ❖ Si la relación es menor que uno el proyecto no es rentable.

**CUADRO No. 117**

<b>RELACION BENEFICIO COSTO</b>					
<b>AÑOS</b>	<b>INGRESOS ORIGINALES</b>	<b>EGRESOS ORIGINALES</b>	<b>FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 12%</b>	<b>INGRESOS ACTUALIZADOS</b>	<b>EGRESOS ACTUALIZADOS</b>
1	269360.00	146563.21	0.892857143	240500.00	130860.01
2	277680.00	152337.87	0.797193878	221364.80	121442.82
3	288080.00	158468.80	0.711780248	205049.65	112794.96
4	299520.00	165158.17	0.635518078	190350.37	104961.00
5	310960.00	172059.16	0.567426856	176447.06	97630.99
<b>TOTAL</b>				<b>1033711.88</b>	<b>567689.77</b>

Fuente: Cuadro presupuesto proformado y flujo de caja.  
Elaboración: El autor

Para encontrar la relación beneficio costo utilizamos la siguiente fórmula:

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

$$\text{RBC} = \frac{1033711,88}{567689,77}$$

$$\text{RBC} = 1,82$$

La Relación Beneficio Costo es de \$1,82; es decir que el proyecto es rentable, ya que por cada dólar invertido en el proyecto tendrá una utilidad de \$0,82 centavos de dólar

- **TASA INTERNA DE RETORNO**

Es el 85,39% de rentabilidad del proyecto lo constituye la tasa de interés, al 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 utilizando la tasa interna del retorno como criterio para tomar decisiones o aceptación o rechazo del proyecto se toma encuentra los siguientes:

- Si la TIR es mayor que costos de oportunidad o de capital se acepta el proyecto
- Si la TIR es igual que el costo de oportunidad o de capital la realización es criterio del inversionista
- Si la TIR es menor que el costo de oportunidad o de capital se rechaza el proyecto

**CUADRO No. 118**

TIR					
AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
		85.39%		85.40%	
		85.39%		85.40%	
0	89527.50				
1	77698.53	0.53940	41910.85	0.53937	41908.59
2	79158.91	0.29096	23031.76	0.29092	23029.28
3	81608.29	0.15694	12807.82	0.15692	12805.75
4	84333.97	0.08466	7139.33	0.08464	7137.79
5	101605.57	0.04566	4639.66	0.04565	4638.41
			<b>89529.43</b>		<b>89519.82</b>
			89527.50		89527.50
			<b>1.93</b>		<b>-7.68</b>

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

$$TIR = 85,39 + 0,01 \left( \frac{1,93}{1,93 - (-7,68)} \right)$$

$$TIR = 85,39\%$$

- **ANALISIS DE SENSIBILIDAD**

La finalidad del análisis de sensibilidad medir en qué grado se altera la tasa de rentabilidad esperada de un proyecto frente al cambio imprevisto de una variable, asumiendo que el resto de variables permanezcan constantes.

El criterio de decisión basado en el análisis de sensibilidad es el siguiente:

- Si el coeficiente es mayor que uno el proyecto es sensible, o sea que los cambios reducen o anulan la rentabilidad.
- Si el coeficiente es menor que uno el proyecto no es sensible, o sea que los cambios no afectan la rentabilidad.
- Si el coeficiente es igual a uno, no hay efecto sobre el proyecto, o sea que el proyecto es indiferente a los cambios.

**CUADRO No. 119**

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 51,88% A LOS COSTOS								
AÑOS	COSTOS ORIG.	COSTOS TOT. ORIGINALES	INGRESOS TOTALES	FLUJO NETO	Actualización			
					FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
					47.00%		47.01%	
0	89527.50							
1	146563.21	222600.20	269360.00	46759.80	0.68027	31809.3894	0.68023	31807.2257
2	152337.87	231370.76	277680.00	46309.24	0.46277	21430.5348	0.46271	21427.6194
3	158468.80	240682.41	288080.00	47397.59	0.31481	14921.2172	0.31475	14918.1725
4	165158.17	250842.23	299520.00	48677.77	0.21416	10424.647	0.21410	10421.8109
5	172059.16	261323.45	336524.00	75200.55	0.14568	10955.5536	0.14563	10951.8279
						<b>89541.342</b>		<b>89526.656</b>
						89527.50		89527.50
						<b>13.85</b>		<b>-0.84</b>

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

$$TIR = 47 + 0.01 \left( \frac{13.85}{13.85 - (-0.84)} \right) =$$

NUEVA TIR = 47%                      TIR del Proyecto = 85,39%

DIFERENCIA DE LA TIR:              85,39 - 47 =      38,39

PORCENTAJE DE VARIACION:      38,39 / 85,39 x 100 = 44,95%

SENSIBILIDAD:                          44,95 / 47 = 0,96

El análisis de sensibilidad con el aumento del 51,88% en los costos es igual a 0.96% que es menor a 1 lo que quiere decir que nuestro proyecto no es sensible a tal aumento

CUADRO No. 120

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD EN LA DISMINUCION DEL 28,22% DE LOS INGRESOS								
AÑOS	COSTOS ORIG.	INGRESOS ORIGINALES	INGRESOS TOT. ORIGINALES	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
					FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
					28.22%		47.03%	
0	89527.50							
1	146563.21	269360.00	193346.61	46783.40	0.680133	31818.9498	0.680087	31816.7858
2	152337.87	277680.00	199318.70	46980.83	0.462581	21732.4558	0.462518	21729.4999
3	158468.80	288080.00	206783.82	48315.03	0.314617	15200.7265	0.314553	15197.6254
4	165158.17	299520.00	214995.46	49837.29	0.213981	10664.256	0.213923	10661.3552
5	172059.16	336524.00	241556.93	69497.77	0.145536	10114.4218	0.145486	10110.983
						<b>89530.8099</b>		<b>89516.2493</b>
						89527.50		89527.50
						<b>3.31</b>		<b>-11.25</b>

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

$$TIR = 47,03 + 0.01 \left( \frac{3,31}{3,31 - (-11,25)} \right) =$$

$$\text{NUEVA TIR} = 47,03\% \quad \text{TIR del Proyecto} = 85,39\%$$

$$\text{DIFERENCIA DE LA TIR:} \quad 85,39 - 47,03 = 38,36$$

$$\text{PORCENTAJE DE VARIACION:} \quad 38,36 / 85,39 \times 100 = 44,92\%$$

$$\text{SENSIBILIDAD:} \quad 44,92 / 47,03 = 0,96\%$$

El análisis de sensibilidad con la disminución del 28,22% es igual a 0,96% que es menor a 1 lo que quiere decir que nuestro proyecto no es sensible a tal aumento

# h. CONCLUSIONES

#### **h. CONCLUSIONES:**

- ✓ La confitería ofrece productos de buena calidad e higiene como son cajas de 12 unidades de figuras de chocolates de 0,24 gramos cada chocolate, libras de manjar de leche y mermeladas de pina, higos, naranja, manzana y guayaba en envases de vidrio en una libra.
- ✓ La Demanda Potencial de los dulces es de 121.208 personas mayores de edad de las parroquias urbanas de la ciudad de Loja. Cabe señalar que para la demanda potencial asumimos que cada persona consume un dulce, es por eso que tomamos toda la población
- ✓ La Demanda Real o Actual de la confitería Lojana es de 108.869 personas
- ✓ La Demanda Efectiva para los dulces es de 68.359 personas.
- ✓ Con las entrevistas realizadas se pudo determinar la oferta es decir los distribuidores que venden iguales productos que dieron un total de 7 distribuidoras en la ciudad de Loja.
- ✓ El análisis de la oferta y la demanda permitió determinar la demanda insatisfecha, así tenemos que para las figuras de chocolate para el primer año existe una demanda insatisfecha de 228.086; para las mermeladas y manjar una demanda insatisfecha para el primer año de 361.696.
- ✓ Se realizará publicidad mediante la Emisora Luz y Vida los fines de semana. Se colocaran anuncios publicitarios en el Diario La Hora, los días sábados y domingos. Se contará con la instalación de un Rótulo

a las afueras de la empresa, para que pueda ser identificado de mejor manera.

- ✓ La confitería Lojana estará ubicado en el Sector Amable María es decir en el Sector Industrial de la ciudad de LOJA, dicho lugar es de fácil acceso vehicular
- ✓ La capacidad utilizada para las figuras de chocolate de 0,24 gramos cada uno para los cinco años de vida del proyecto es de 104.000; para el manjar y mermeladas es la misma capacidad
- ✓ En el Estudio Técnico se determinó la maquinaria, los implementos, equipos, y utensilios necesarios para un adecuado proceso productivo.
- ✓ Se conformará una empresa de responsabilidad limitada, con una inversión requerida de \$.89.527, 40 la misma que contará con socios los cuales aportarán con el 44,68% de la inversión.
- ✓ La empresa a constituirse Confitería Lojana dedicado a la elaboración y venta de figuras de chocolate, manjar y mermeladas tendrá una duración de 5 años.
- ✓ Se cuenta con el diseño de un organigrama funcional, estructural y posicional, así como también con la elaboración de un manual de funciones que permitirá un buen desenvolvimiento de las actividades y tareas de todo el personal.

- ✓ Con la implementación de esta empresa se dará fuentes de empleo a personas las mismas que estarán distribuidas en el sector administrativo como operativo del local según corresponda.
- ✓ Con el estudio económico-financiero se determinaron los precios y los ingresos por cada producto a elaborarse como es el manjar, mermeladas y figuras de chocolates.
- ✓ Para establecer la factibilidad del proyecto, se utilizó la evaluación la evaluación financiera tomando en consideración los diferentes indicadores económicos, obteniendo los siguientes resultados:
  - Valor Actual Neto (VAN) positivo de 212.287,85 dólares.
  - Tasa Interna de Retorno (TIR) 85,39%.
  - Relación Beneficio-Costo (RB/C) 1,82 dólares.
  - Periodo de Recuperación de Capital (PRC) es de 3 años, 3 meses y 16 días.
  - Análisis de Sensibilidad con el 51,88% de incremento en los costos
  - Análisis de Sensibilidad con el 28,22% de disminución de los ingresos

# i. RECOMENDACIONES

## **i. RECOMENDACIONES**

- Se recomienda que el presente trabajo sea puesto en ejecución, ya que los estudios realizados demuestran que este proyecto es rentable; y, tiene gran acogida en nuestra localidad, por otro lado son productos garantizados, con calidad y a precios bajo.
- El proyecto se pone a disposición de los micro, pequeños y medianos empresarios para que inviertan en esta importante empresa, como una nueva alternativa de desarrollo en nuestra ciudad, creando nuevas plazas de trabajo e incentivando la inversión.
- Que se estimule a los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas en la propuesta de nuevos proyectos, los que además de permitirles consolidar sus conocimientos, permitirán la generación de una importante base de proyectos sobre los cuales priorizar las inversiones.
- Que la presente investigación sea utilizada como fuente de investigación de modo que en futuros trabajos se actualicen y amplíen información relacionada con el tema.

# *j. BIBLIOGRAFÍA*

## j. BIBLIOGRAFÍA

- ❖ ARELLANO, Rolando. **Marketing Enfoque América Latina**. Editorial HILL México, DF. 2000.
- ❖ BACA U. Gabriel. **Evaluación de Proyectos**. Cuarta Edición. Edición HILL México DF. 1998.
- ❖ CHASE A. Jacobs. **Administración de la Producción y Operaciones Manufacturas y Servicios**. Octava edición. Editorial HILL Bogotá Colombia pp. 885.
- ❖ **DICCIONARIO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANASAS**. Editorial OCEANO España pp. 703
- ❖ MOORE, G. Franklin. **Administración de la Producción**. Editorial DIANA México 1977. pp. 815.
- ❖ SAPAG CHAIN, Nassir. **Preparación y Evaluación de Proyectos**. Segunda Edición. Editorial HILL México DF. 1994.
- ❖ SELDON, Artur. **Diccionario de Economía**. Editorial VILASSAR DE MAR Barcelona España pp. 384.

# K. ANEXOS

k. ANEXOS

ANEXO 1



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

La presente tiene como finalidad realizar un “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CONFITERÍA A UBICARSE EN LA CIUDAD DE LOJA”, cuyos resultados obtenidos son exclusivamente de carácter académico.

**ENCUESTA APLICADA A LAS PERSONAS MAYORES DE 18 AÑOS**

**1. DATOS GENERALES**

**Sexo** Femenino ( ) Masculino ( )

**Edad:**

De 18 a 25 años ( ) de 26 a 33 años ( ) de 34 años a más ( )

**INGRESO MENSUAL:**

Menos de \$292,00 ( )

De \$29300 a \$400,00 ( )

Más de \$401,00 ( )

**2. ¿DEGUSTA USTED DE FIGURAS DE CHOCOLATES, MANJARES Y MERMELADAS?**

Si ( )

No ( )

**3. ¿EN QUÉ CANTIDAD CONSUME USTED LAS FIGURAS DE CHOCOLATES, MANJARES Y MERMELADAS**

FIGURAS DE CHOCOLATE

Unidades ( )

Caja de 6 unidades ( )

Caja de 12 unidades ( )

MANJAR Y MERMELADAS

Libras ( )

½ libras ( )

4 Onzas ( )

**4. ¿QUÉ CLASE O MARCA DE FIGURAS DE CHOCOLATES, MANJARES Y MERMELADAS PREFERE USTED CONSUMIR?**

FIGURAS DE CHOCOLATES

Manicero ( )

Nestlé ( )

Noggy ( )

Cero ( )

Ferro Rocher ( )

Garote Muncy ( )

Privilegio ( )

MANJAR Y MERMELADAS

Casero ( )

Gustadina ( )

Guayas ( )

Facundo ( )

5. **¿CÓMO CONSIDERA EL PRECIO DE LAS FIGURAS DE CHOCOLATE, MANJARES Y MERMELADAS EXISTENTES?**

Barato ( )

Aceptable ( )

Caro ( )

6. **¿AL ADQUIRIR LAS FIGURAS DE CHOCOLATE, MANJARES Y MERMELADAS SE FIJA EN?**

Precio ( )

Calidad ( )

Presentación ( )

7. **¿INDIQUE EN QUÉ LUGARES COMPRA USTED LAS FIGURAS DE CHOCOLATES, MANJARES Y MERMELADAS PARA SU CONSUMO?**

Tiendas ( )

Autoservicios ( )

Mercados ( )

8. **¿SI SE IMPLEMENTARÍA UNA EMPRESA (CONFITERÍA) PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE FIGURAS DE CHOCOLATES (0,24 gramos cada uno), MANJAR DE LECHE Y MERMELADAS DE PIÑA, NARANJA, MANZANA, HIGOS Y GUAYABA EN LA CIUDAD DE LOJA ESTARÍA USTED DISPUESTO A COMPRAR DICHS PRODUCTOS?**

Si ( )

No ( )

9. **¿COMO LE GUSTARÍA LA PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS A ELABORARSE EN LA CONFITERÍA?**

FIGURAS DE CHOCOLATE

Polipropileno ( )

Papel aluminio ( )

Celofán ( )

En cajas ( )

MANJAR Y MERMELADAS

Tarrinas ( )

Envases de vidrio ( )

Fundas especiales ( )

10. **¿CÓMO LE GUSTARÍA ADQUIRIR LAS FIGURAS DE CHOCOLATE (0,24 gramos cada figura), LA MERMELADA DE LECHE Y LAS**

**DIFERENTES MERMELADAS QUE SE ELABORARÍAN EN LA CONFITERÍA?**

**FIGURAS DE CHOCOLATE**

Por unidades ( )

Caja de 12 unidades ( )

**MANJAR Y MERMELADAS**

1 libra ( )

½ libra ( )

4 onzas ( )

- 11. ¿INDIQUE CON QUÉ FRECUENCIA Y CADA QUE TIEMPO CONSUMIRÍA USTED LAS FIGURAS DE CHOCOLATE (caja de 12 unidades), MANJAR DE LECHE Y LAS MERMELADAS DE PIÑA, NARANJA, MANZANA, HIGOS Y GUAYABA (una libra)?**

**FIGURAS DE CHOCOLATES**

Quincenal ( )

Mensual ( )

Anual ( )

**MANJAR Y MERMELADAS**

Quincenal ( )

Mensual ( )

Anual ( )

- 12. ¿INDIQUE QUE PRECIOS PAGARÍA POR LAS FIGURAS DE CHOCOLATE (caja de 12 unidades), MANJAR DE LECHE Y LAS DIFERENTES MERMELADAS (libra) EN LA CONFITERÍA A ESTABLECERSE?**

**FIGURAS DE CHOCOLATES**

DE \$0,75 A \$1,50 ( )

De \$1,51 a \$2,25 ( )

**MANJAR Y MERMELADAS**

Menos de \$1,00 ( )

De \$1,00 a \$1,50 ( )

- 13. ¿EN QUÉ LUGAR LE GUSTARÍA ADQUIRIR LOS DIFERENTES PRODUCTOS DE LA CONFITERIA A INCREMENTARSE?**

Tiendas ( )

Autoservicios ( )

Comisariatos ( )

Mercados ( )

Bodega ( )

Panaderías ( )

- 14. ¿EN QUÉ LUGAR LE GUSTARÍA QUE SE UBICARA LA CONFITERÍA?**

Al norte de la ciudad ( )

En el centro de la ciudad ( )

Al sur de la ciudad ( )

**15.¿EN QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN LE GUSTARÍA QUE SE DE A CONOCER LA CONFITERÍA A CREARSE?**

Prensa ( )

Televisión ( )

Radio ( )

**16.¿SI LA RESPUESTA DE LA PREGUNTA 16 ES EN LA RADIOS, INDIQUE EN QUÉ EMISORA Y EN QUÉ HORARIO?**

Poder ( )

Sociedad ( )

Súper Laser ( )

Luz y Vida ( )

Cariamanga ( )

Satelital ( )

Boquerón ( )

Universitaria ( )

Reina del cisne ( )

Wg Milenium ( )

La Hechicera ( )

La Bruja ( )

Matovelle ( )

**HORARIO**

Mañana ( )

Tarde ( )

Noche ( )

**17.¿SI SU RESPUESTA DE LA PREGUNTA 16 ES LA PRENSA, INDIQUE EN QUÉ PERIÓDICOS Y CUÁNTAS VECES A LA SEMANA?**

La Hora ( )

Crónica de la Tarde ( )

**JORNADA:**

Fines de semana ( )

Todos los días ( )

**18.¿SI LA RESPUESTA DE LA PREGUNTA 16 ES EN LA TELEVISIÓN, INDIQUE EN QUÉ CANAL Y EN QUÉ HORARIO?**

Ecotel ( )

Tv Sur ( )

Uv Televisión ( )

**JORNADA:**

Mañana ( )

Tarde ( )

Noche ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

La presente tiene como finalidad realizar un “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CONFITERÍA A UBICARSE EN LA CIUDAD DE LOJA”, cuyos resultados obtenidos son exclusivamente de carácter académico.

**ENTREVISTA APLICADA A LOS DISTRIBUIDORES**

1. ¿DISTRIBUYE CHOCOLATES, MANJAR DE LECHE Y MERMELADAS?
2. ¿INDIQUE A QUÉ LUGALES PROVEE LOS CHOCOLATES, MANJAR DE LECHE Y MERMELADAS?
3. ¿CUÁL ES LA PROCEDENCIA DE LOS DIFERENTES PRODUCTOS?
4. ¿QUÉ INCREMENTO DE VENTAS TIENE ANUALMENTE?
5. ¿QUÉ MARCAS DE CHOCOLATES DISTRIBUYE?
6. ¿INDIQUE QUÉ SABORES Y MARCAS DE MERMELADAS DISTRIBUYE?
7. ¿QUÉ CANTIDAD DE MANJARES Y MERMELAS COMERCIALIZA QUINCENAL, MENSUAL Y ANUALMENTE?
8. ¿QUÉ CANTIDAD DE CHOCOLATES COMERCIALIZA QUINCENAL, MENSUAL Y ANUALMENTE?

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

# I. ÍNDICE

## I. ÍNDICE

CERTIFICACIÓN	I
AUTORÍA	II
AGRADECIMIENTO	III
DEDICATORIA	IV
1. TÍTULO	1
2. RESUMEN EN CASTELLANO E INGLES	3
3. INTRODUCCION	11
4. REVISION DE LITERATURA	15
5. MATERIALES Y METODOS	33
6. RESULTADOS	42
7. DISCUSION	75
8. CONCLUSIONES	167
9. RECOMENDACIONES	171
10. BIBLIOGRAFIA	173
11. ANEXOS	175
12. INDICE	181