



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CONFITERÍA EN BASE A MANÍ PARA LA PROVINCIA DE LOJA, CON MATERIA PRIMA DE LOS PRODUCTORES DE LOS CANTONES PALTAS Y CELICA BENEFICIARIOS DEL GRUPO SOCIAL FEPP”

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN
DEL GRADO DE INGENIERAS
COMERCIALES.

AUTORAS

Carmen Julia García Alba

Tania Margoth Gutiérrez Bautista

DIRECTOR

Lic. Diego Paúl Falconí

Loja-Ecuador

2012

LICENCIADO.DIEGO PAÚL FALCONÍ.DIRECTOR DE TESIS.

CERTIFICA:

Haber guiado el trabajo investigativo realizado por las egresadas: **CARMEN JULIA GARCÍA ALBA y TANIA MARGOTH GUTIÉRREZ BAUTISTA**, previo a la obtención del grado de Ingenieras Comerciales y cuyo tema se denomina: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CONFITERÍA EN BASE A MANÍ PARA LA PROVINCIA DE LOJA, CON MATERIA PRIMA DE LOS PRODUCTORES DE LOS CANTONES PALTAS Y CELICA BENEFICIARIOS DEL GRUPO SOCIAL FEPP”**el mismo que luego de su ejecución cumple con los requerimientos de fondo y de forma que han sido establecidos por la Universidad Nacional de Loja; por tanto autoriza su presentación para los trámites correspondientes.

Particular que certifico para los fines pertinentes.

Loja, Octubre de 2012.

Atentamente.

Lic. Diego Paúl Falconí.

DIRECTOR DE TESIS.

AUTORÍA

El contenido del presente trabajo investigativo, ostenta conceptos, ideas, opiniones, procedimientos de investigación, resultados, conclusiones y recomendaciones inéditas de exclusiva responsabilidad de sus autoras.

Loja, Octubre de 2012.

Egda. Carmen J. García A.

Autora.

Egda. Tania M. Gutiérrez B.

Autora.

AGRADECIMIENTO

Uno de los esfuerzos más importantes de nuestras vidas constituye los estudios superiores hasta llegar a la profesionalización, por ello, expresamos nuestro testimonio de gratitud a la Universidad Nacional de Loja por habernos permitido superarnos, a los Directivos del Área Jurídica, Social y Administrativa, al personal docente de la Carrera de Administración de Empresas, y de manera especial al Lic. Diego Paúl Falconí en su calidad de **DIRECTOR** del presente trabajo de investigación, por habernos brindado su apoyo generoso y sus valiosos conocimientos y permitido compartir sus invalorables experiencias.

LAS AUTORAS

DEDICATORIA

El presente proyecto de tesis lo dedico con mucho amor a Dios por ser quien me ilumina día a día, a mis padres: José Pío García Campos y Flavia Domitila Alba Rodríguez, pilar fundamental en mi vida, quienes me brindan su apoyo incondicional que me motiva a seguir adelante para obtener esta maravillosa meta anhelada; a todos mis hermanos por ser quienes me brindan su cariño y comprensión para adquirir este importante título profesional.

Carmen.

La culminación de mi carrera universitaria, la dedico de todo Corazón primeramente a Dios, a mis queridos Padres: Eustaquio Gutiérrez y Rosa Bautista, quienes han sido el pilar fundamental de inspiración en todos estos años de mi vida; por ayudarme a cumplir con mis metas propuestas. Por su herencia que es mi educación, y a mis hermanos quienes constituyeron la fuente de motivación y apoyo incondicional brindado en el transcurso de mi vida académica hasta alcanzar mi título profesional.

Tania.

1. TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CONFITERÍA EN BASE A MANÍ PARA LA PROVINCIA DE LOJA, CON MATERIA PRIMA DE LOS PRODUCTORES DE LOS CANTONES PALTAS Y CELICA BENEFICIARIOS DEL GRUPO SOCIAL FEPP”

2. RESUMEN

El proyecto de tesis tiene como finalidad determinar la planeación y resultados a corto plazo de la ejecución de una empresa Productora y Comercializadora de Confitera en la Provincia de Loja, para dar a conocer la importancia y necesidad de ejecutarlo. Esto es debido a la no existencia de empresas productoras y comercializadoras de confitería en base a maní en la provincia de Loja y por la falta de conocimientos en formación empresarial. En nuestro País y provincia contamos con el Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio (FEPP) que se dedica a realizar apoyo técnico económico a mujeres, hombres y campesinos principalmente a la Región Sur del Ecuador en los cantones de Paltas y Celica en la realización de proyectos de desarrollo comunitario implementando educación, posibilidad de acceso a fuentes de trabajo y medios de producción, transformación y comercialización.

Es por ello que este proyecto va encaminado al aprovechamiento de la materia prima como es el maní la misma que existe en los cantones de Paltas y Celica, y que son beneficiarios del Grupo social FEPP. Para así determinar la factibilidad para implementar una empresa productora y comercializadora de confitería en base a maní aprovechando la materia prima existente en los cantones de Paltas y Celica ya que el cultivo del maní es muy importante en la economía de muchas familias del sector rural siendo uno de los productos de elevado nivel de producción.

Es por ello que nuestro estudio de factibilidad para la implementación, comercialización y producción de maní con dulce en la Provincia de Loja, muestra diferentes aspectos de la situación actual del maní para así determinar la viabilidad del mismo. La metodología que se aplicó para la realización de nuestra investigación fueron el método (deductivo, sintético) y a través de una encuesta aplicada a la población de la provincia de Loja, y a la vez permitiéndonos obtener datos los mismos que fueron analizados y evaluados y así presentar alternativas posibles para el desarrollo de la investigación. El proyecto se profundiza

básicamente en tres aspectos importantes como son: estudio mercado, estudio técnico, estudio financiero. El estudio de mercado el cual se realizó a 399 familias de la Provincia de Loja distribuidas porcentualmente, lo que permitió determinar que en nuestra provincia existe una apreciable demanda de maní con un 83% y de maní con dulce con un 33% del total de esta demanda, reflejando una demanda insatisfecha del producto tanto para consumo directo, como para la industrialización en sus diferentes formas. En el estudio Técnico se presenta información seleccionada sobre los procesos de producción aspectos tecnológicos y su estructura organizacional todo esto necesario para alcanzar una producción de calidad que reflejan una inversión en activos fijos de 62.944,21 que sumados a los activos diferidos y circulantes representan una inversión inicial de \$ 72.865,67, a ser financiado el 70% por los accionistas y el 30% crédito bancario; se han realizado también el cálculo de los indicadores de rentabilidad y factibilidad del proyecto como son: Valor Actual Neto que se determinó en 50.130,66; además la Tasa Interna de Retorno que es del 36,21%; así mismo el Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta hasta un 9,90% de incremento en los costos y un 7,05% de disminución en los ingresos; también se calculó la Relación Beneficio Costo que es \$1,38, lo que indica que por cada unidad invertida se obtiene 0,38 de utilidad; finalmente se estableció el Periodo de Recuperación del Capital que se dará en 3 años 10 meses, si las condiciones se dan conforme se plantea el proyecto.

Todo ello nos permite concluir que existe una factibilidad del proyecto, razón por la cual se presenta como una buena alternativa de producción en beneficio de la provincia de Loja y los productores beneficiarios del Grupo social FEPP de los Cantones de Paltas y Celica; permitiéndole a nuestra provincia mejorar su estructura económica y se creen fuentes de trabajo ya que en lugar de vender los productos en calidad de materia prima para el sector industrial, se brinda la oportunidad de procesarla en la zona de cultivo, y de esta forma dinamizar la economía local.

To. SUMMARY

The thesis project has as purpose to determine the planeación and short term results of the execution of a company Producer and Comercializadora of Confitera in the County of Loja, to give to know the importance and necessity of executing it. This is not due to the existence of companies producers and sweet shop comercializadoras based on peanut in the county of Loja and for the lack of knowledge in managerial formation. In our Country and county we have the Ecuadorian Fund Populorum Progressio (FEPP) that is devoted to carry out support economic technician mainly to women, men and peasants to the South Region of Ecuador in the cantons of Avocados and Celica in the realization of projects of community development implementing education, access possibility to work sources and production means, transformation and commercialization.

It is hence that this project goes guided to the use of the matter it prevails like it is the peanut the same one that exists in the cantons of Avocados and Celica, and that they are beneficiaries of the social Group FEPP. To determine the feasibility to implement a company producer and sweet shop comercializadora based on peanut taking advantage of the matter it prevails this way existent in the cantons of Avocados and Celica the cultivation of the peanut is since very important in the economy of many families of the rural sector being one of the products of high production level.

It is hence that our study of feasibility for the implementation, commercialization and peanut production with sweet in the County of Loja, shows different aspects of the current situation of the peanut it stops this way to determine the viability of the same one. The methodology that was applied for the realization of our investigation was the method (deductive, synthetic) and through a survey applied the population of the county of Loja, and at the same time allowing us to obtain data the same ones that were analyzed and evaluated and this way to present alternative possible

for the development of the investigation. The project is deepened basically in three important aspects as they are: I study market, technical study, financial study. The market study which was carried out to 399 families of the County of Loja distributed porcentualmente, what allowed to determine that in our county an appreciable peanut demand exists with 83% and of peanut with sweet with 33% of the total of this demand, reflecting an unsatisfied demand of the so much product for direct consumption, like for the industrialization in its different forms. In the Technical study he/she shows up information selected on the processes of production technological aspects and their organizational structure all this necessary to reach a production of quality that you/they reflect an investment in active fixed of 62.944,21 that added to the differed assets and circulating they represent an initial investment of \$ 72.865,67, to be financed 70% by the shareholders and 30% bank credit; they have also been carried out the calculation of the indicators of profitability and feasibility of the project like they are: Current Net value that was determined in 50.130,66; also the Internal Rate of Return that is of 36,21%; likewise the Analysis of Sensibility indicates that the project supports until 9,90 increment% in the costs and 7,05% decrees in the revenues; the Relationship was also calculated I Benefit Cost that is \$1,38, what indicates that for each invested unit it is obtained 0,38 of utility; finally the Period of Recovery of the Capital that will be given in 3 years 10 months, settled down if the conditions occur he/she conforms to it outlines the project.

Everything allows us to it to conclude that a feasibility of the project, reason for the one exists which shows up like a good production alternative in benefit of the county of Loja and the producing beneficiaries of the social Group FEPP of the Cantons of Avocados and Celica; allowing to our county to improve its economic structure and work sources are believed since instead of selling the products in matter quality it prevails for the industrial sector, you offers the opportunity to process it in the cultivation area, and this way to energize the local economy.

3. INTRODUCCIÓN

El desarrollo del proceso de producción ha tenido un permanente avance en la interacción entre consumidores y productores en los mercados de recursos y de productos, todos los problemas económicos preceden en realidad de las necesidades humanas es por ello que la confitería ha constituido una de las ramas de la industrialización más definidas en todo el mundo; llegando a nuestros mercados ya elaborados desde otros países.

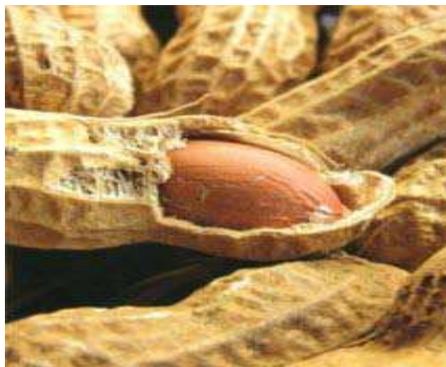
Y de manera general presenta un limitado desarrollo agrícola en el Ecuador frente a los demás países de la región, siendo más notorio en la provincia de Loja, en la que no se ha aprovechado la existencia abundante de determinadas materias primas como es el caso del maní. En nuestro medio la utilización de maní es totalmente reducida, ya que este producto se utiliza en muy poco porcentaje para su industrialización en la Provincia de Loja; pese a ser un producto de alto valor nutritivo y que representa un valioso ingreso económico para los campesinos de los Cantones de Paltas y Celica.

El trabajo permitió determinar la factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de confitería en base a maní para la Provincia de Loja, con materia prima de los productores de los Cantones Paltas y Celica beneficiarios del Grupo Social FEPP. Para ello se estableció métodos y técnicas de investigación científica, (método deductivo, analítico y estadístico); que aplicadas en forma muestral a las familias de la provincia de Loja en un número de 399 distribuidas equitativamente en cada uno de los cantones nos permitió desarrollar un estudio de mercado que nos ayudó a determinar: los gustos las preferencias de productos elaborados en base de maní así como también la oferta y demanda de confitería para este producto en la provincia de Loja. También establecer los requerimientos técnicos del proyecto como el tamaño, micro y macro localización de la empresa, el proceso productivo, los requerimientos de mano de obra, materia prima y demás insumos. Así mismo determinar el monto de las inversiones y el

financiamiento de las mismas. Y proponer la estructura legal administrativa del proyecto, elaborar los estados financieros proformados para conocer la posible situación financiera de la empresa, para evaluar financieramente el proyecto a fin de conocer la factibilidad del mismo.

4. REVISIÓN DE LITERATURA

Historia del Maní



“El maní, también conocido como cacahuete en algunos países, es un alimento muy versátil: se puede consumir crudo, asado al horno o frito y es uno de los ingredientes más usados en muchas recetas dulces. Cómo lo prefieras, siempre tiene un gran valor nutritivo.

Contiene altos valores de grasas "buenas" y antioxidantes ya que posee **vitamina E**, en muchos casos supera a las frutas en sus beneficios para la salud: tiene tantos antioxidantes como las fresas o moras y aún más que las manzanas y las zanahorias.

El consumo regular de maní ayuda a prevenir enfermedades cardíacas, reduce el colesterol y hasta contribuye a bajar de peso, ya que proporcionan sensación de saciedad y altas dosis de energía, haciendo que la persona coma menos.

El maní es una fuente indiscutible de minerales, en especial calcio, fósforo y magnesio, vitales para el crecimiento. Especialmente rico en fósforo, pues una porción de 50 gramos aporta el 13.6% del requerimiento diario de este mineral y también aporta hierro en un 100% de las necesidades diarias.

De este fruto se obtienen una gran variedad de productos como:

- Maní con sal
- Maní con pasas

- Maní con dulce
- Maní con ajonjolí
- Maní con coco
- Maní picante
- Maní japonés
- Mantequilla de maní
- Uvas pasas con chocolate
- Maní Light
- Manisero

En nuestro País se consume de diversas formas: tostado (pelado o con su cáscara); azucarado en forma de garrapiñadas, turrone; como golosina, ya sea confitado o recubierto de chocolate; o dentro de tabletas y barras de este último. Además, es uno de los componentes principales de las picadas consumidas en bares y restaurantes, siendo frecuentemente servido de forma gratuita acompañando a la cerveza.

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

Su comportamiento está orientado hacia las empresas productoras de bienes de consumo dirigidos hacia el mercado local, y un reducido número de industrias dedica su actividad a la producción de insumos.”¹

¹<http://www.venelogia.com/archivos/2270/>

ESTUDIO DE MERCADO:

“Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. El objetivo general del proyecto es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado ya que la base de una buena decisión siempre serán los datos recabados en la investigación de campo, principalmente de fuentes primarias. Por otro lado, el estudio de mercado también es útil para pronosticar una política adecuada de precios, estudiar la mejor forma de comercializar el producto.

PASOS:

ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

Estudia el comportamiento de los consumidores para detectar sus necesidades de consumo y la forma de satisfacerlas, averiguar sus hábitos de compra (lugares, momentos, preferencias...), etc. Su objetivo final es aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda no satisfecha de los consumidores.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Estudia el conjunto de empresas con las que se comparte el mercado del mismo producto.

Para realizar un estudio de la competencia es necesario establecer quienes son los competidores, cuántos son y sus respectivas ventajas competitivas. El plan de negocios podría incluir una plantilla con los competidores más importantes y el análisis de algunos puntos como: marca, descripción del producto o servicio, precios, estructura, procesos, recursos humanos, costes, tecnología, imagen, proveedores, entre otros.

El benchmarking o plantilla permite establecer los estándares de la industria así como las ventajas competitivas de cada empresa. A partir de esta evaluación, se determinará si es factible convivir con la competencia

y si es necesario neutralizarla o si un competidor puede transformarse en socio a través de fusión, joint-ventures o alianzas estratégicas.

Estrategia

Concepto breve pero imprescindible que marcará el rumbo de la empresa. Basándose en los objetivos, recursos y estudios del mercado y de la competencia debe definirse una estrategia que sea la más adecuada para la nueva empresa. Toda empresa deberá optar por dos estrategias posibles:

Liderazgo en costo.- Consiste en mantenerse competitivo a través de aventajar a la competencia en materia de costos.

Diferenciación.- Consiste en crear un valor agregado sobre el producto ofrecido para que este sea percibido en el mercado como único: diseño, imagen, atención a clientes, entrega a domicilio...

SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA.-Divide al mercado en diferentes unidades geográficas; como nación, regiones, provincias, ciudades, barrios, etc. La empresa debe decidir en qué ámbito territorial va a desarrollar sus actividades y delimitarlo.

Esta segmentación involucra también el número de habitantes de la zona geográfica, la densidad (urbana, suburbana y rural) y el clima (cálido, templado o frío).

SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA.-Consiste en dividir el mercado tomando como base las variables demográficas, como: Edad, Sexo, Ciclo de vida familiar, ingreso, ocupación, educación y la religión, raza, nacionalidad.

SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA.-Esta categorización se refiere a los diferentes modos o actitudes que un individuo o un grupo asumen frente al consumo. Puede ocurrir que personas de un mismo segmento

demográfico, pueden tener perfiles psicográficos distintos. Estos pueden ser: Clase social, Estilo de vida, Personalidad.

METODOLOGÍA.- Su propósito es describir la naturaleza del método de investigación, es decir, aclarar si el estudio fue de tipo exploratorio, concluyente y desempeño; si los datos obtenidos fueron de fuente primaria, secundaria o de ambos; el diseño y cálculo de la muestra (método de muestreo, unidad de análisis y tamaño de la muestra), el tipo de instrumento de recolección de información y el procedimiento del análisis empleado en el estudio

POBLACIÓN O UNIVERSO.- Conjunto total de elementos objeto de interés para el investigador. Por ejemplo, los consumidores de un determinado producto, los responsables comerciales de las pequeñas y medianas empresas.”²

IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA

“Se refiere a adecuar una empresa con todos los recursos humanos, financieros y materiales necesarios para su efecto, de tal manera que permita llevar en forma eficiente los procesos: productivo y de comercialización del bien o servicio que será ofrecido al consumidor; Es la unidad productiva o de servicio, que constituida de hecho o de derecho se integra con recursos, y se vale de la administración para lograr sus objetivos.

MATERIA PRIMA:

Son los insumos o bienes disponibles en la naturaleza de los cuales el hombre se sirve para satisfacer sus necesidades, transformándolos en productos semi-elaborados o finales.

² Diccionario de administración y Finanzas, Centrum, Barcelona España, 1988

MERCADOTÉCNIA:

Es una función trascendental ya que su finalidad es la de reunir los factores y hechos que influyen en el mercado para crear los que el consumidor quiere, desea y necesita, distribuyéndolo de tal forma, que este a su disposición en el momento oportuno en el lugar preciso y al precio más adecuado.

ANÁLISIS DE LA OFERTA:

Son las diferentes cantidades que los productores están dispuestos y en condiciones de ofrecer en el mercado, en función de los diferentes precios posibles en determinados periodos de tiempo; en este caso la oferta estará orientada en función de la cantidad de producto a ofrecer al consumidor.

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones que en una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio a determinado precio y calidad.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA:

Es la cantidad de bienes o servicios que los consumidores estarán en capacidad y dispuestos a obtenerlos en el mercado de acuerdo a los diferentes niveles de precios y a un tiempo determinado.

En el presente proyecto se analizará las necesidades de consumo de confitería en base a maní en la Provincia de Loja con el objeto de proponer la implementación de una empresa productora y comercializadora de este producto”³

³MELNICK, Julio, Manual de proyecto de desarrollo económico, Naciones Unidas, México, 1988

COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO:

“La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar. La comercialización no es la simple transferencia de productos hasta las manos del consumidor; esta actividad debe conferirle al producto los beneficios de tiempo y lugar, es decir una buena comercialización es la que coloca a los productos o al producto en un sitio y momento adecuados, para dar al consumidor la satisfacción que él espera con la compra.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO:

La estructura de comercialización está constituida por el conjunto de relaciones de organización entre el fabricante y el consumidor industrial, ya que el camino empleado para la comercialización de los productos de este tipo de actividad es someterse a concurso; es decir, se elabora una cotización del producto en la que se examina los siguientes datos:

- Condiciones generales de venta.
- Tiempo de entrega.
- Calidad sobre especificaciones.
- Precio de mano de obra.
- Precio de materia prima.

PRODUCTO:

En esta parte debe hacerse una descripción exacta del producto o los productos que se pretenda elaborar. Esto debe ir acompañado por las normas de calidad que edita la Secretaría de estado o Ministerio correspondiente, o referirse a las normas ISO 9000 en caso de que existiera para este producto en particular.

PRECIO DE VENTA:

Es la cantidad monetaria a que los productores están dispuestos a vender y los consumidores dispuestos a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.

Al precio se lo determinará, luego de realizar los cálculos necesarios de los factores que intervienen directamente en la determinación del mismo.

PLAZA:

Es el área o lugar en el cual convergen la oferta y la demanda de un bien o servicio para establecer el precio del producto. Es también la localidad en que pueden efectuarse operaciones financieras y económicas, siendo de esta manera la ciudad y provincia de Loja el mercado o la plaza donde se efectuará la venta del producto.

PROMOCIÓN:

Se llama promoción a todo lo que un empresario hace para dar información que ayude a vender un producto o servicio; es importante porque atrae clientes, incrementa la demanda de los productos. Los elementos de la promoción son: la publicidad, la venta personal, la exhibición, la promoción de ventas y las relaciones públicas.

La promoción del producto será realizada por medio de publicidad hablada y escrita, con la finalidad de llegar con el producto hasta el consumidor.

ESTRATEGIAS: Es un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin, ciencia de formular, implantar y evaluar decisiones inter funcionales que permitan a la organización llevar a cabo sus objetivos a

largo plazo y la elección de las acciones y la asignación de los recursos necesarios para conseguirlos”⁴

ESTUDIO TÉCNICO.-Nos permite determinar los requerimientos de los recursos básicos para el proceso de producción, considera los datos proporcionados por el estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacios físicos y recursos humanos.

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA.

TAMAÑO ÓPTIMO DE LA PLANTA:

“Está conceptualizado por la capacidad de producción que tiene la planta en el periodo operacional, considerando dos aspectos básicos: lo económico en la minimización de los costos de producción y el físico relacionado con la tecnología.

LOCALIZACIÓN:

La localización tiene interrelación con el tamaño, porque permite establecer en forma específica el lugar donde funcionará la empresa.

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital y obtener el costo unitario mínimo.

La empresa a constituirse tratará de que los costos de producción resulten bajos, así como también determinará los porcentajes de utilidad en la capacidad instalada de la maquinaria y el análisis de su tamaño, se determinará en función de la demanda insatisfecha, actual y futura, que resulte del estudio de mercado.

⁴SAPAGCHAIN, Nassir, Reinaldo, preparación y Evaluación de Proyectos, Chile, 1988

TAMAÑO:

Capacidad de producción que tiene un proyecto en un periodo de operación determinado.

INGENIERÍA DEL PROYECTO:

Conjunto de aplicaciones, fuentes y actividades de ingeniera relacionadas con el diseño, mejora y transformación de materia prima (maní) como objeto específico de nuestro tema de estudio en un plazo determinado.

PRODUCTO A ELABORARSE:

Bien o artículo que se producirá (Maní con dulce) en función de las exigencias de los consumidores, utilizando materia prima y mano de obra disponible en el medio.

PROGRAMACIÓN DE LA PRODUCCIÓN:

Consiste en determinar cuánto deberá hacerse y cuándo deberán ser realizadas las tareas y operaciones de producción.

PLANEACIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN DE PLANTA:

Es considerar como pueden aplicarse los distintos tipos de diseño de distribución de planta en diversas situaciones.

PROGRAMACIÓN DE DISEÑO:

Es la etapa más importante proporciona las bases para controlar toda la actividad subsecuente de diseño como son: Los requerimientos, técnicas o rendimiento - La apariencia o estilo, Precio pretendido de producción, precio tope.- Fecha de empezar la producción. etc.

PLANO:

Representación esquemática, en dos dimensiones y a determinada escala, de un terreno, una población, una máquina, una construcción.

DISEÑO:

Plan de Concepción original de un objeto u obra destinados a la producción en serie, Disposición de manchas, colores o dibujos que caracterizan exteriormente a diversos objetos.

FLUJOGRAMA DE PROCESOS:

Es la representación gráfica del proceso de producción para especificar las funciones, actividades u operaciones en la elaboración del artículo.

ADMINISTRACIÓN:

Proceso cuyo objeto es la coordinación eficaz y eficiente de los recursos de un grupo social para lograr sus objetivos con la máxima productividad”⁵

RECURSOS MATERIALES:

“Necesarios para ejecutar las operaciones básicas de la empresa, bien sea para prestar servicios especializados o producir bienes o productos, constituyen el espacio físico, los predios, los edificios y los terrenos, el proceso productivo, la tecnología que los orienta y los procesos y métodos de trabajo dirigidos a la producción de bienes y servicios elaborados por la empresa.

RECURSOS TÉCNICOS:

Aquellos que sirven como herramientas e instrumentos auxiliares en la coordinación de los otros recursos:

a) Sistemas de producción, sistemas de ventas, sistemas de finanzas, sistemas administrativos, etc.

⁵ROSENBERG,J.M., Diccionario de administración y Finanzas, Centrum, Barcelona España, 1988

RECURSOS FINANCIEROS.- Se refiere al dinero -en forma de capital, flujo de caja (entradas y salidas), financiación, créditos, etc.- de disponibilidad inmediata para enfrentar los compromisos de la empresa.

También influyen los gastos derivados de las operaciones de la empresa, inversiones de terceros y toda forma de efectivo.

RECURSOS HUMANOS.- Son las personas que ingresan, permanecen y participan en la empresa, cualquiera que sea el nivel jerárquico o la tarea que desempeñen. Los recursos humanos se distribuyen en el nivel institucional de la empresa (dirección), en el nivel intermedio (gerencia y asesoría) y en el nivel operacional (técnicos, empleados y obreros, además de; los supervisores de primera línea), constituyen el único recurso vivo y dinámico de la empresa, deciden qué hacer con los demás recursos inertes y estáticos y los manejan.

Las personas o aportan con habilidades conocimientos, actitudes, comportamientos, percepciones.

ORGANIZACIÓN:

Es el establecimiento de relaciones de conducta entre el trabajo, personas y lugares de trabajo seleccionados para que el grupo trabaje eficientemente⁶

ORGANIZACIÓN FUNCIONAL.-“consiste en especialistas funcionales que son responsables que coordina sus actividades cinco especialistas: Gerente de administración de mercadotecnia, gerente de publicidad y

⁶MARDING, M.A., Dirección de la Producción, Biblioteca para dirección de Empresas.

promoción de ventas, gerente de ventas, gerente de investigación de mercadotecnia y gerente de productos nuevos.

ORGANIZACIÓN GEOGRÁFICA.- Una compañía que vende en un mercado nacional a menudo organiza su fuerza de ventas a lo largo de líneas geográficas.

ORGANIZACIÓN DE LA GERENCIA DE PRODUCTO.- Las compañías con una gran variedad de productos o marcas a menudo establecen una organización de gerencia de producto o de marca. La gerencia de producto está encabezada por un director de producto que supervisa a los gerentes a cargo de productos específicos.

ORGANIGRAMAS.- Es la gráfica que muestra la estructura orgánica interna de la organización formal de una empresa, sus relaciones, sus niveles de jerarquía y las principales funciones que se desarrollan.

MANUALES ADMINISTRATIVOS.- Los manuales administrativos son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación que permiten registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática la información de una organización”⁷.

ESTUDIO FINANCIERO.

Fuentes de Financiamiento que permitirá la ejecución del proyecto, el financiamiento puede ser interna o externa.

INVERSIÓN.

“Recursos destinados a la adquisición de elementos necesarios para llevar a cabo el montaje y funcionamiento del proyecto.

⁷FOLLETO MODULO 4, ADMINISTRACION DE EMPRESAS, PROCESO ADMINISTRATIVO.

CAPITAL:

Conjunto de recursos económicos destinados a la producción de bienes o servicios.

FINANCIAMIENTO:

Estudio detallado de los aspectos financieros necesarios para la ejecución del proyecto, con la determinación de las fuentes de financiamiento que asegure el flujo de los fondos necesarios para el desarrollo, puesta en marcha y mantenimiento del proyecto de inversión.

ADMINISTRACIÓN FINANCIERA.- Estudia las decisiones administrativas que conducen a la adquisición y al financiamiento de activos para la empresa.

PLANEACIÓN FINANCIERA.- La función de Planeación es una de las más retadoras e interesantes de todas las funciones del Administrador Financiero, debido a que siempre participa en la planeación a largo plazo de la empresa.

Para lo cual deberá tener un conocimiento amplio sobre las operaciones que realiza la misma.

PRESUPUESTO.- Es la programación de manera sistemática de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un período dado.

PRONÓSTICO.- es un cálculo estimativo del nivel de la demanda de un producto o de varios productos para un periodo de tiempo futuro.

EFICACIA.- “Es una relación entre los resultados previstos y los resultados obtenidos que es igual a los resultados ejecutados.

EFICIENCIA.- Resulta de la relación de las medidas utilizadas en el producto obtenido; dicho de otra forma también se puede decir que es la

relación entre los costos programados y los costos obtenidos, dividido todo esto para los resultados ejecutados⁸.

RENTABILIDAD:

“Es el grado de capacidad del proyecto para generar la utilidad a favor de la empresa en función de capitales propios y externos invertidos.

ESTADOS FINANCIEROS PRO- FORMA:

Constituye el resumen que informara sobre la situación económica – financiera de la empresa, permitirá conocer ingresos, costos o gastos, además de la utilidad o pérdida neta en un periodo determinado.

EVALUACIÓN FINANCIERA.

Se refiere a la determinación de indicadores e índices financieros que se encuentren en el rendimiento del dinero invertido en el proyecto.

FLUJO DE CAJA:

Al proyectar el flujo de caja, será necesario incorporar información adicional relacionada, principalmente con los efectos tributarios de la depreciación, amortización, activo nominal, valor residual, utilidades y pérdidas.

VALOR ACTUAL NETO (VAN):

El VAN representa en valores actuales, el total de los recursos que queda en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir el retorno líquido actualizado generado por el proyecto. Si el VAN es igual o mayor que cero.

⁸FOLLETO MODULO 4, ADMINISTRACION DE EMPRESAS, PROCESO ADMINISTRATIVO

RELACIÓN BENEFICIO COSTO (B/C):

El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, el resultado obtenido de la comparación de los valores actuales de los ingresos y de los egresos, si la relación beneficio-costo es mayor que (1) se puede realizar el proyecto.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR):

Es un indicador que muestra la capacidad de ganancias del proyecto y la factibilidad de ejecutarlo o no, si la TIR es superior al costo de oportunidad del capital si se lo puede ejecutar.

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL:

Da a conocer el tiempo que la empresa tardará en recuperar la inversión inicial, mediante el flujo de entradas de efectivo que producirá el proyecto.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD:

En un proyecto es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad, porque se trata de medir si le afecta o no al proyecto, dos situaciones que se dan en una economía esto es, el aumento de los costos y la disminución en los ingresos”⁹.

⁹Folleto Modulo 5, Administración de empresas, La gestión de las finanzas corporativas.

5. MATERIALES Y MÉTODOS

Los materiales y métodos utilizados en la ejecución del presente trabajo se describen a continuación, en ella se destacan los más importantes.

5.1. Materiales.- Entre los más importante tenemos papel bond, esferográficos, carpetas, computadora, grapadora, perforadora, impresora.

5.2. Métodos y Técnicas

Para llevar a cabo el presente trabajo se utilizó métodos y técnicas de investigación así como datos bibliográficos necesarios para ordenar la información recogida en forma adecuada con el propósito de cumplir y hacer realidad los objetivos planteados.

Método Deductivo.- La utilización de este método permitió conocer información para realizar una deducción lógica y poder conocer más a fondo los problemas y plantear propuestas a los problemas encontrados en la comercialización y producción de maní de los beneficiarios del grupo social FEPP, además permitiendo tener una mejor idea sobre el desarrollo de las diferentes fases del proyecto relacionados con las inversiones, financiamiento y organización de la empresa.

Método Sintético.- Este se lo utilizó para la estructuración del marco teórico, para seleccionar la información bibliográfica recopilada del trabajo.

Método Estadístico.- Este método se utilizó con la finalidad de recolectar, organizar, presentar, analizar e interpretar la información recopilada en el estudio.

Las Técnicas a utilizarse son.

Observación Directa.-Nos ayudó a obtener una percepción ordenada, consciente y sistemática, permitiendo determinar la competencia existente de confitería en base a maní en el mercado.

Encuesta.- Esta técnica fue aplicada en todos los cantones de la Provincia de Loja con el fin de conocer las condiciones de demanda y oferta para el producto mediante la realización y aplicación de un cuestionario adecuado.

Entrevista.- Se realizó a 12 artesanos dedicados a la elaboración de maní con dulce los mismos que se encuentran en la provincia de Loja los cuales son:

- María Castillo
- Matilde Rivas
- Wilmer Carrión
- Rosa Espinoza
- Manuel Rodríguez
- Carlos Hidalgo
- Enrique Merino
- Juana Quizhpe
- Aracely Aponte
- Francisca Bustamante
- Sara Panchana
- Oscar Hurtado

Procedimiento

Para obtener la población real del año 2012, se aplicó la fórmula de proyección de la demanda, tomando datos como: la población del censo del 2010 que es 448,966 habitantes y la tasa de crecimiento poblacional que es de 2.65%, esto determinó una población de 473,076 habitantes en

la provincia de Loja, ubicadas principalmente en las cabeceras provinciales.

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

Dónde:

D= Demanda

Db= Demanda base

i= Tasa de crecimiento

n= Número de años

Aplicando la fórmula tenemos:

$$D = 448,966(1+0.0265)^{02}$$

$$D = 448,966(1.05370)$$

D= **473,076** habitantes en la provincia de Loja

Que divididos para (4 personas por familia), nos determinó 118,269 familias.

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

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

Dónde:

M = Tamaño de la muestra

N = Población de la provincia de Loja

e = Margen de Error del 5 %

Aplicando la fórmula tenemos:

$$M = \frac{118269}{1 + 118269(5\%)^2}$$

$$M = \frac{118269}{1 + 118269(0.0025)}$$

$$M = \frac{118269}{1 + 295.67}$$

$$M = \frac{118269}{96.67}$$

M= **399** encuestas.

POBLACIÓN DE LA PROVINCIA DE LOJA				
CANTONES	POBLACIÓN	POBLA. FAMILIAS	PORCENTAJE	# ENCUESTAS
Calvas	32.073	8.018	6,78%	27
Catamayo	31.371	7.843	6,63%	26
Gonzanamá	17.412	4.353	3,68%	15
Célica	15.520	3.880	3,28%	13
Espíndola	18.739	4.685	3,96%	16
Chaguarpamba	9.177	2.294	1,94%	8
Loja	208.158	52.040	44,00%	176
Olmedo	6.496	1.624	1,37%	5
Macará	21.321	5.330	4,51%	18
Saraguro	31.905	7.976	6,74%	27
Pindal	8.367	2.092	1,77%	7
Quilanga	5.216	1.304	1,10%	4
Zapotillo	12.453	3.113	2,63%	11
Puyango	17.649	4.412	3,73%	15
Paltas	28.119	7.030	5,94%	24
Sozoranga	9.100	2.275	1,92%	8
TOTAL	473.076	118.269	100%	399

Fuente: Censo INEC de 2010

Elaboración: Las Autoras

6. RESULTADOS

6.1. ESTUDIO DE MERCADO

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS EN LA PROVINCIA DE LOJA

Una vez aplicadas las encuestas es necesario procesar la información para tener los referentes que permitan tomar la decisión adecuada para el proyecto.

Cuadro # 1

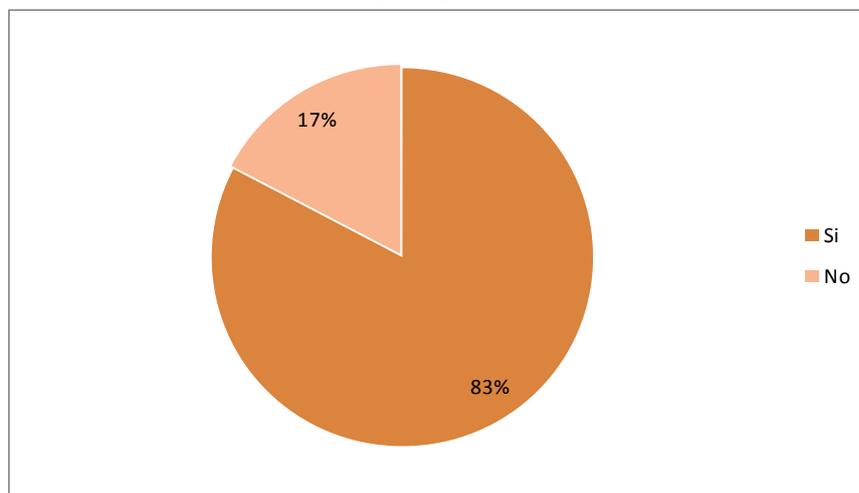
1.-En su familia consumen algún producto derivado del maní?

Si	330	82.71%
No	69	17.29%
Total	399	100.00%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Las Autoras

Gráfico # 1



Interpretación

De las encuestas realizadas se determina un 83% que si consumen productos derivados del maní porque posee muchas vitaminas. El 17% no consumen lo consideran dañino para su salud.

PRODUCTOS

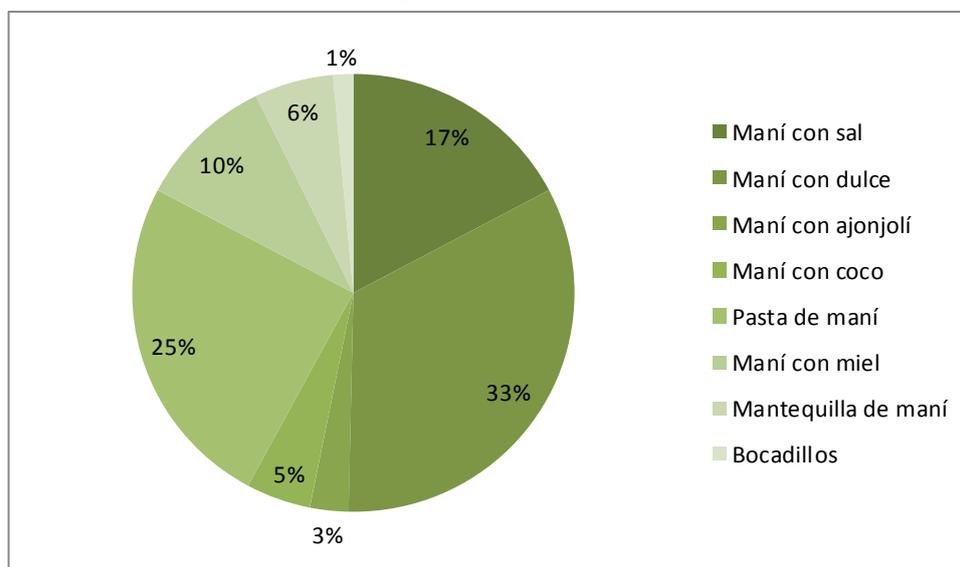
Cuadro #2

Maní con sal	128	17.23%
Maní con dulce	246	33.11%
Maní con ajonjolí	21	2.83%
Maní con coco	35	4.71%
Pasta de maní	185	24.90%
Maní con miel	74	9.96%
Mantequilla de maní	43	5.79%
Bocadillos	11	1.48%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Las Autoras

Gráfico # 2



Interpretación

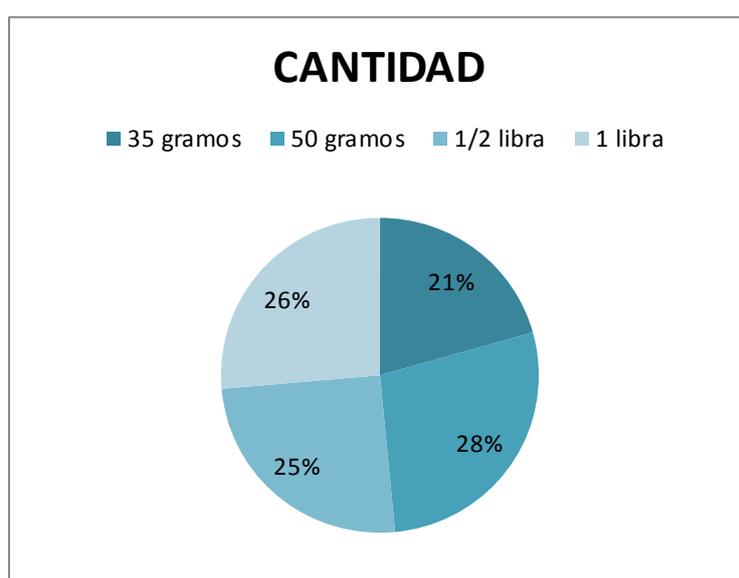
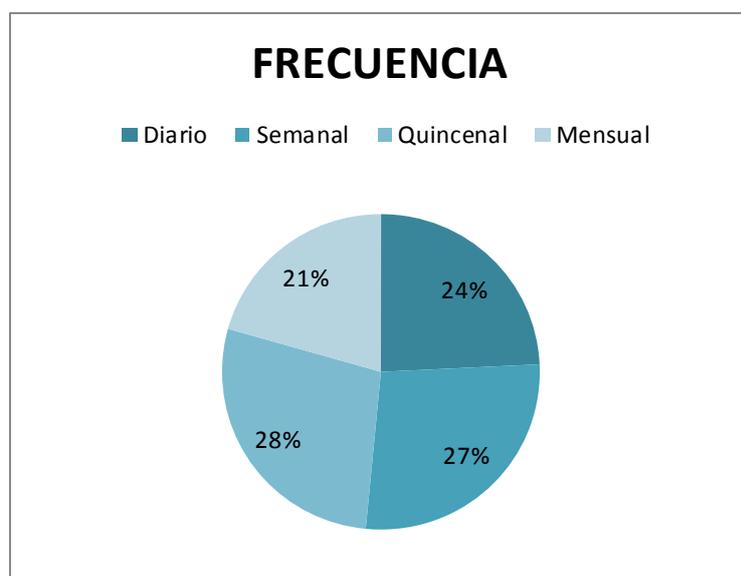
De las encuestas realizadas se determina un 33% que consumen maní con dulce, siendo este el producto que nuestra empresa va a ofrecer de acuerdo a gustos y preferencias de los consumidores a nivel de la provincia; el 24,90% pasta de maní el mismo que a futuro la empresa ofrecerá y un 17,23% de maní con sal.

Cuadro # 3**2.-Con qué frecuencia y cantidad compra usted maní confitado?**

CANTIDAD			FRECUENCIA		
35 gramos	68	20.61%	Diario	80	24.24%
50 gramos	92	27.88%	Semanal	90	27.27%
1/2 libra	83	25.15%	Quincenal	92	27.88%
1 libra	87	26.36%	Mensual	68	20.61%
Total	330	100.00%		330	100.00%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Las Autoras

Gráfico # 3**Gráfico # 4**

Interpretación

De las encuestas realizadas se determina un 28% adquieren la cantidad de 50 gramos con una frecuencia del 27% obtienen el producto semanalmente, y por la cantidad de ½ libra con una frecuencia del 27% quincenalmente con el 25%.

Cuadro # 4

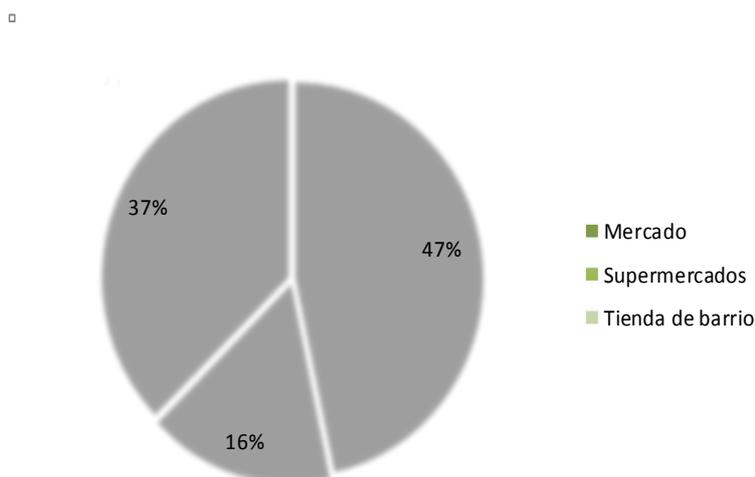
3.-En qué lugar adquiere el maní confitado?

Mercado	154	46.67%
Supermercados	53	16.06%
Tienda de barrio	123	37.27%
Total	330	100.00%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Las Autoras

Gráfico # 5

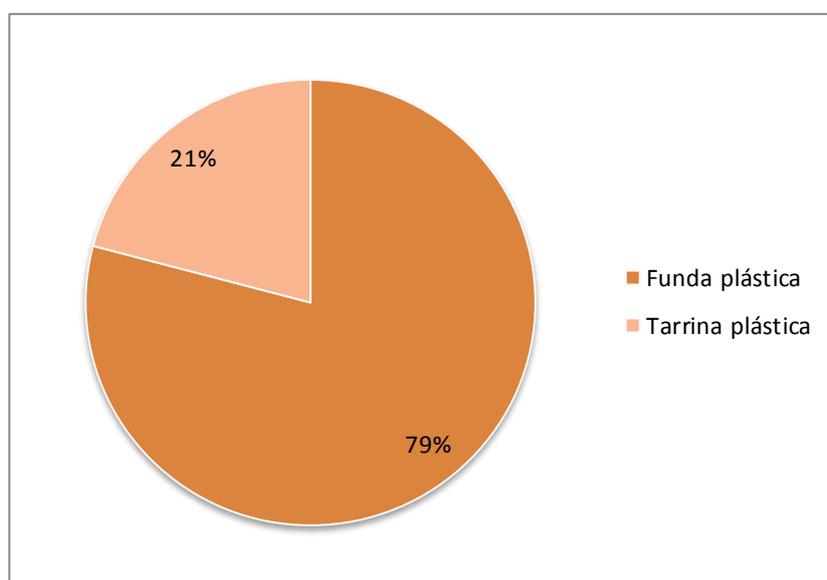


Interpretación

De las encuestas realizadas se determina un 47% que adquieren el producto en el mercado y un 37% en tiendas de barrio.

Cuadro # 5**4.-En qué presentación adquiere actualmente el producto?**

Funda plástica	261	79.09%
Tarrina plástica	69	20.91%
Total	330	100.00%

Fuente: Encuestas**Elaboración:** Las Autoras**Gráfico # 6****Interpretación**

De las encuestas realizadas se determina un 79% adquieren el producto en funda plástica y un 21% en tarrina plástica.

Cuadro # 6

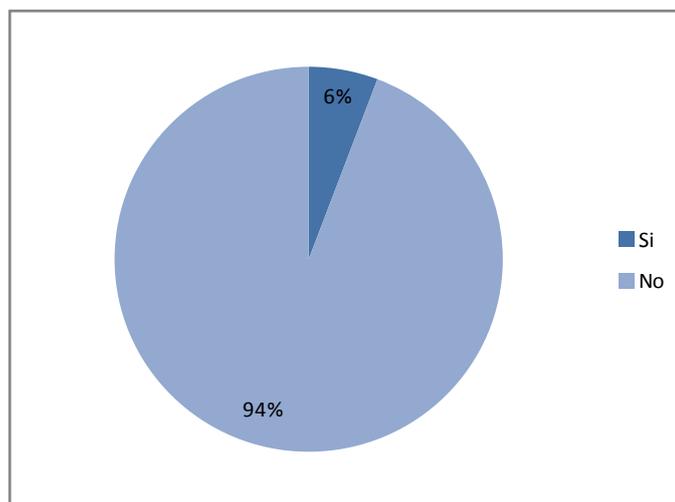
5. Conoce la existencia de empresas que se dediquen a la producción y comercialización de maní confitado en la provincia de Loja?

Si	19	5,76%
No	311	94,24%
Total	330	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Las Autoras

Gráfico # 7



Interpretación

De las encuestas realizadas se determina un 94% no conocen empresas que se dediquen a la producción y comercialización de maní confitado en la provincia y un 6% que si conocen.

Cuáles

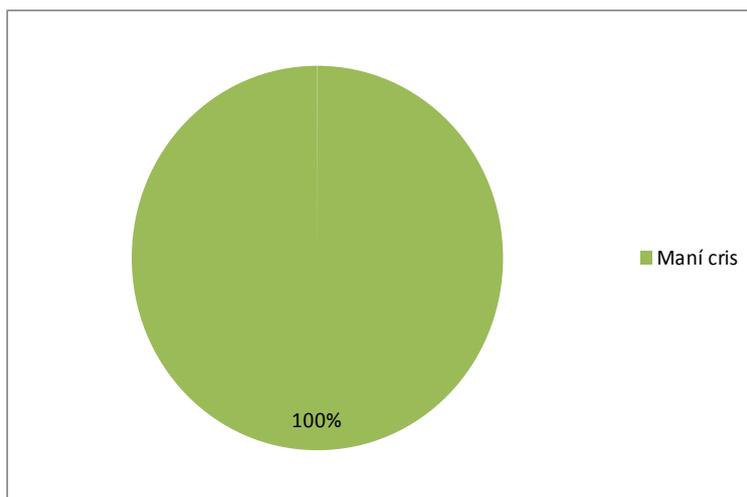
Cuadro # 7

Maní cris	19	100,00%
Total	19	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Las Autoras

Gráfico # 8



Interpretación

De las encuestas realizadas se determina el 6% conoce la empresa maní cris que se dedica a la producción y comercialización de maní confitado en el Ecuador.

Cuadro # 8

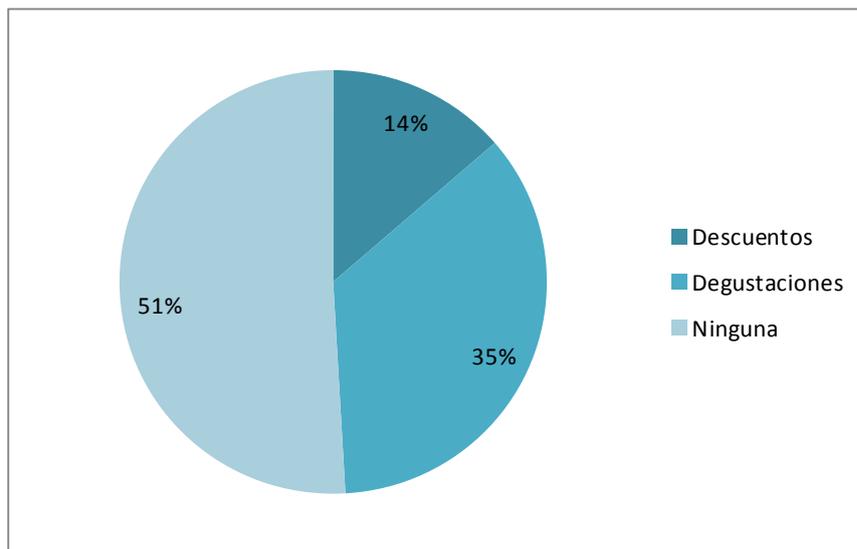
6. Qué tipo de promoción conoce o han recibido por parte de las empresas que ofrecen este producto?

Descuentos	45	13,64%
Degustaciones	117	35,45%
Ninguna	168	50,91%
Total	330	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Las Autoras

Gráfico # 9



Interpretación

De las encuestas realizadas se determina el 51% no reciben ningún tipo de promociones y el 35% degustaciones.

Cuadro # 9

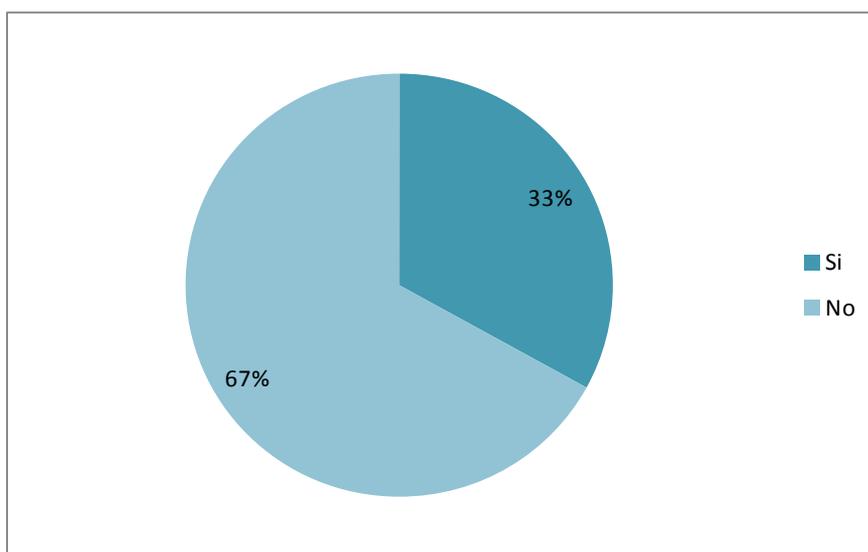
7. Si en la ciudad de Loja se implementara una empresa de producción y comercialización de maní confitado. Apoyaría la inversión?

Si	109	33%
No	221	67%
Total	330	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Las Autoras

Gráfico # 10



Interpretación

De las encuestas realizadas se determina el 33% si apoyarían la inversión para la implementación de la empresa productora y comercializadora de maní confitado ya que en nuestra Provincia no contamos con una empresa de este tipo, siendo beneficioso para el desarrollo de la misma, y el 67% no apoyaría.

Cuadro # 10

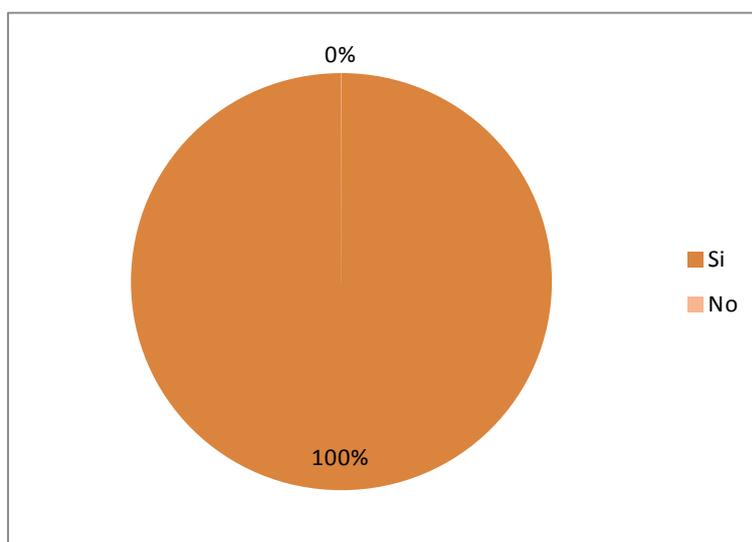
8. Mantendría la frecuencia de compra si mejoraría el producto?

Si	330	100.00%
No	0	0.00%
Total	330	100.00%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Las Autoras

Gráfico # 11



Interpretación

De las encuestas realizadas se determina el 100% si mantendrían la frecuencia

de compra de maní confitado porque este producto poseerá estándar de calidad.

Cuadro # 11

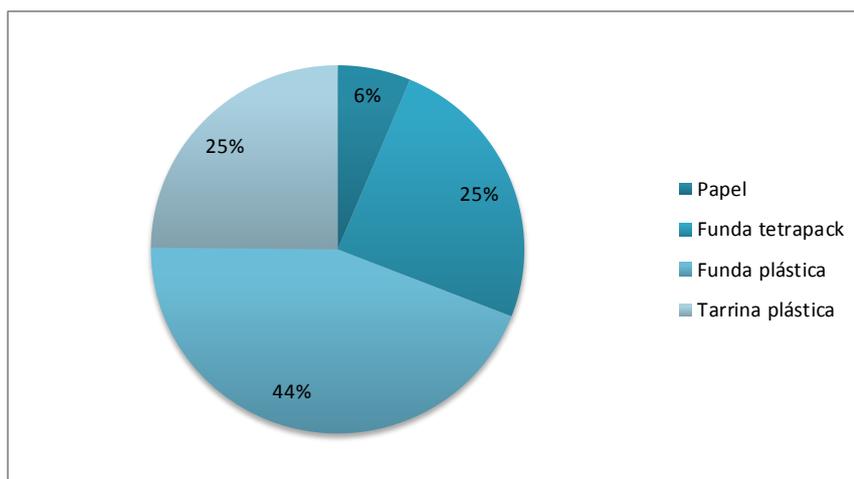
9. En qué otra presentación le gustaría adquirir el producto?

Papel	21	6.36%
Funda tetrapack	81	24.55%
Funda plástica	146	44.24%
Tarrina plástica	82	24.85%
Total	330	100.00%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Las Autoras

Gráfico # 12



Interpretación

De las encuestas realizadas se determina el 44% le gustaría adquirir el producto en funda plástica y el 25% en funda tetrapack y tarrina plástica; por lo que hemos creído conveniente que para minimizar costos y tomando como referencia los gustos de las personas se ofrecerá el maní confitado en funda plástica.

Cuadro # 12

10. Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por el maní confitado?

CANTIDAD			PRECIO
35 gramos	87	26,36%	\$ 0.30 - 0.40
50 gramos	131	39,70%	\$ 0.41 - 0.55
1/2 libra	51	15,45%	\$ 0.56 - 1.00
1 libra	28	8,48%	\$ 1.01 - 1.55
Más de 1 libra	33	10,00%	\$ 1.56 - 2.00
Total	330	100,00%	

Fuente: Encuestas

Elaboración: Las Autoras

Gráfico # 13

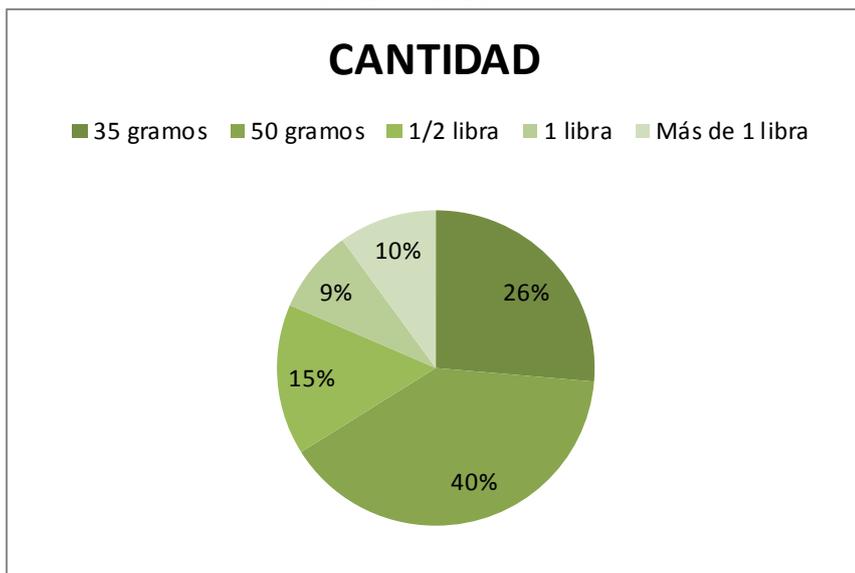
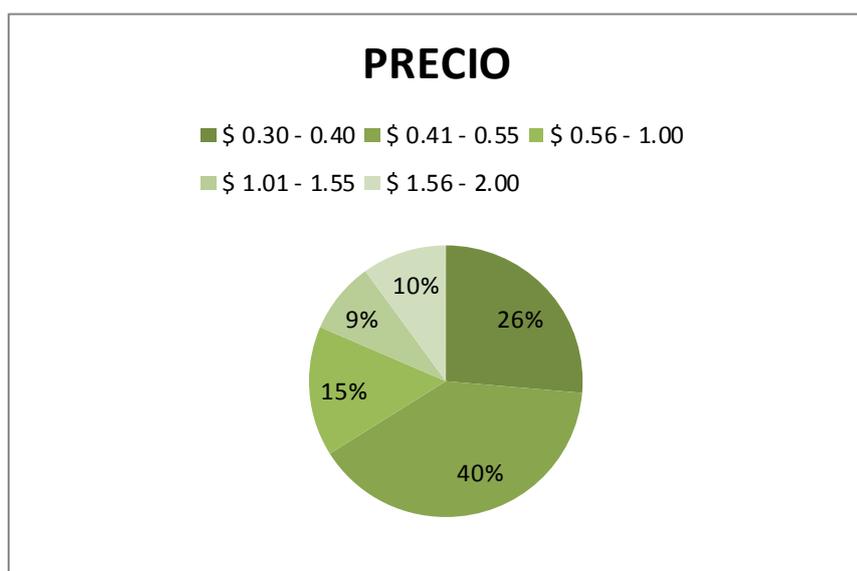


Gráfico # 14



Interpretación

De las encuestas realizadas se determina el 40% está de acuerdo en pagar \$ 0.41-0.55 centavos por la cantidad de 50 gramos y un 26% \$ 0.30-0.40 centavos por 35 gramos ya que estos precios van acorde a los de la competencia.

Cuadro # 13

11. Qué medios de comunicación usted escucha, lee o ve frecuentemente?

RADIO		
Poder	46	32%
Luz y vida	29	20%
La bruja	20	14%
Ecuasur	142	100%

TELEVISIÓN		
Ecotel	111	100%
Uv	61	55%

PRENSA		
Centinela	10	15%
La Hora	65	100%
La crónica	4	6%

OTROS		
Hojas volantes	12	100%

Cuadro # 14

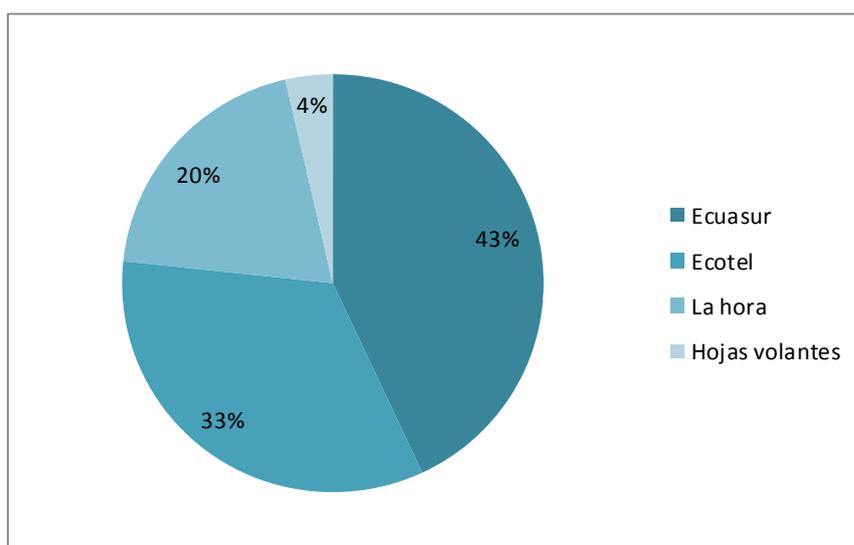
MEDIOS

Ecuasur	142	43.03%
Ecotel	111	33.64%
La hora	65	19.70%
Hojas volantes	12	3.64%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Las Autoras

Gráfico # 15



Interpretación

De las encuestas realizadas se determina el 43% sintoniza la radio Ecuasur y el 33% la televisión el canal ecotel y el 20% lee el periódico la hora, para lo cual hemos tomado en cuenta estos medios ya que son los más utilizados en nuestra Provincia

6.1.2. Análisis de la oferta.

Cuadro # 15

2.- Con qué frecuencia, cantidad, precio y peso adquiere el maní confitado?

Productores Artesanales	Frecuencia	Cantidad	Operación Total Lb.	Total Libras	Precio	Cantidad
5	Diario	20 Libras	20*5*365	36500	\$ 0.30 ctvs	35 gramos
3	Semanal	100 Libras	100*3*52	15600	\$ 0.40 ctvs	50 gramos
2	Quincenal	200 Libras	200*2*26	10400	\$ 1.20 ctvs	1/2 libra
2	Mensual	400 Libras	400*2*12	9600	\$ 2.25 ctvs	1 libra
12				72100		

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Las Autoras

En cuanto a la oferta de maní confitado, esta fue difícil de determinar, ya que no existe una producción formalmente establecida, o sea no existen empresas explícitamente establecidas, que produzcan y comercialicen este tipo de producto; lo que realmente existe es una producción netamente artesanal, lo que dificulta la obtención de datos que ayuden a determinar realmente la oferta de este producto.

Sin embargo se realizaron entrevistas a las personas que comercializan los productos y de esta forma tener datos estimados que nos permitan establecer un aproximado de la cantidad de oferta que existe en el mercado de la ciudad y provincia de Loja.

Y es así que recurrimos a 12 artesanos los mismos que manifestaron que la producción la realizan de manera ocasional para lo cual hemos tomado como base de información para definir la oferta existente del producto en el mercado de acuerdo a la cantidad de productos que los artesanos realizan, dando como resultado que hay una producción diaria de 20 libras, semanalmente 100 libras, quincenalmente 200 libras y mensualmente 400 libras; las cuales las distribuyen en cantidades de 35

gramos a un precio de 0,30 centavos, 50 gramos a un precio de 0,40 centavos, ½ libra a un precio de 1,20 centavos y 1 libra al precio de 2,25 dólares a todos los pequeños negocios.

Para efectos del proyecto se considera que la oferta de los productores artesanos es de 72.100 libras de maní confitado al año.

6.1.3. Análisis de la demanda

El propósito que se persigue a través del análisis de la demanda es estimar el nivel máximo de demanda de productos que pueden alcanzar en el mercado.

Esto se determinará con relación al número de usuarios, tomando en cuenta toda la provincia de Loja, para ello se procede a realizar la proyección poblacional de la provincia para los 5 años de vida útil del proyecto.

Población de Estudio

Cuadro # 16

Área de estudio	Población 2010	Tasa Crec.	Años	Población 2012
Provincia de Loja	448.966	2,65%	2	473.076

Fuente: Censo INEC 2010

Elaboración: Las Autoras

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN DE ESTUDIO DE LA PROVINCIA DE LOJA

	Población	Proyección	Familias
P2012 =	$448.966(1+0.0265)^{02}$	= 473.076 /4	=118269
P2013 =	$473.076(1+0.0265)^1$	= 485.613 /4	= 121403
P2014 =	$485.613(1+0.0265)^1$	= 498.482 /4	= 124620
P2015 =	$498.482(1+0.0265)^1$	= 511.692 /4	= 127923

$$\begin{aligned}
 \mathbf{P2016} &= 511.692(1+0.0265)^1 = 525.251 / 4 = 131313 \\
 \mathbf{P2017} &= 525.251(1+0.0265)^1 = 539.171 / 4 = 134793
 \end{aligned}$$

ESTUDIO DE LA DEMANDA.

El estudio de la demanda consiste en determinar qué cantidad se debe fabricar un producto que el sujeto económico esté dispuesto a comprar a un determinado precio, según sus necesidades, preferencias y sobre todo de la posibilidad real para adquirirlo.

Demanda Real

Se determinó directamente la demanda real obviando la potencial ya que para nuestra interpretación las dos demandas nos conllevan a determinar el consumo actual y real, porque si ofrecemos un producto de calidad, y buena presentación nuestros futuros compradores van adquirir la producción, ya que muchos de estos adquieren por su presentación, es por ello que en base a la información recopilada de las encuestas aplicadas individualmente a los habitantes de los cantones de la provincia de Loja; nos permitió verificar que si consumen productos derivados del maní.

Para ello diseñamos las siguientes preguntas:

Cuadro # 17

1. En su familia consumen algún producto derivado del maní?

Si	330	82,71%
No	69	17,29%
Total	399	100,00%

Fuente: Cuadros # 1

Elaboración: Las Autoras

De acuerdo a los resultados podemos afirmar que en la provincia de Loja, la población en un 82,71% si consumen productos derivados del maní lo que significa que si podemos incursionar en el mercado local con maní

confitado ya que representa el 33% de aceptación en base a los gustos y preferencia de la demanda que si consumen productos derivados del maní; sin embargo existe el 17,29% que opinan lo contrario, para nuestro proyecto este porcentaje significa un pequeño segmento de mercado que no acostumbra a consumir productos derivados del maní, pero esto no es una amenaza para el proyecto ya que es mínimo el rechazo.

Cuadro # 18

Número de Familias	Cantidad libras	Días	Frecuencia	Consumo por familia
14	1	365	Diario	5.110
17	1	52	Semanal	884
33	1	26	Quincenal	858
23	1	12	Mensual	276
16	0,5	365	Diario	2.920
26	0,5	52	Semanal	676
25	0,5	26	Quincenal	325
16	0,5	12	Mensual	96
43	0,11022	365	Diario	1.729
22	0,11022	52	Semanal	126
15	0,11022	26	Quincenal	42
12	0,11022	12	Mensual	15
7	0,07716	365	Diario	197
25	0,07716	52	Semanal	100
19	0,07716	26	Quincenal	38
17	0,07716	12	Mensual	15
330				13407
				40,00

Fuente: Cuadros # 3

Elaboración: Las Autoras

Total consumo al año

Consumo por familia al año

Cuadro # 19

2. Con qué frecuencia y cantidad adquiere usted maní confitado?

Años	Población familia	% Consumo	Demanda Real
2011	118,269	82.71%	97,817
2012	121,403	82.71%	100,409
2013	124,620	82.71%	103,070
2014	127,923	82.71%	105,801
2015	131,313	82.71%	108,605
2016	134,793	82.71%	111,483

Fuente: Cuadros # 1-3-18

Elaboración: Las Autoras

Para obtener la demanda real multiplicamos el dato de la población familia por el porcentaje de consumo, obteniendo como resultado lo siguiente:

$$Dr = 118.269 \times 82,71\%$$

$$Dr = 118269 \times 0.8271$$

$$Dr = 97.817 \text{ Familias.}$$

Demanda Efectiva.

La demanda efectiva es la cantidad de maní confitado que en la práctica son requeridos por el mercado en función a los precios que se establezcan a los mismos.

Para determinar la demanda efectiva tomamos en cuenta la siguiente pregunta:

7. Si en la ciudad de Loja se implementara una empresa de producción y comercialización de maní confitado. Apoyaría la inversión?

Cuadro # 20

Si	109	33%
No	221	67%
Total	330	100,00%

Fuente: Cuadro # 9.

Elaboración: Las Autoras

De acuerdo a los resultados obtenidos podemos afirmar que en la provincia de Loja están dispuestos a apoyar la inversión de la implementación de nuestra empresa y además les gustaría adquirir y mantener la frecuencia de compra del producto a ofertar siempre y cuando los mismos sean de excelente calidad, es por ello que este porcentaje nos ayudará a obtener la demanda efectiva para el presente proyecto de inversión.

Detallamos a continuación el siguiente cuadro en donde obtenemos la demanda efectiva:

Cuadro # 21

Años	Población	% Consumo	Población de Consumo	Consumo en Libras por Familia	Demanda Real	% Consumo	Demanda Efectiva
2011	118.269	82,71%	97.817	40	3.912.663	33,00%	1.291.179
2012	121.403	82,71%	100.409	40	4.016.348	33,00%	1.325.395
2013	124.620	82,71%	103.070	40	4.122.781	33,00%	1.360.518
2014	127.923	82,71%	105.801	40	4.232.035	33,00%	1.396.572
2015	131.313	82,71%	108.605	40	4.344.184	33,00%	1.433.581
2016	134.793	82,71%	111.483	40	4.459.305	33,00%	1.471.571

Fuente: Cuadros # 19-20.

Elaboración: Las Autoras

Para obtener la demanda efectiva multiplicamos la demanda real por el porcentaje de adquisición de maní confitado que es el 33%, obteniendo como resultado lo siguiente:

$$De = 3'912.663 \times 33\%$$

$$De = 1'291.179 \text{ Libras.}$$

Demanda Insatisfecha.

La demanda insatisfecha está constituida por la cantidad de bienes, servicios o productos que hacen falta en el mercado para poder cubrir las necesidades del consumidor.

Conscientes de la demanda insatisfecha, lo que se quiere o se busca es aprovechar la existencia de una oportunidad de mercado.

Cuadro # 22

Años	Demanda Efectiva	Oferta	Demanda Insatisfecha
2011	1.291.179	72.100	1.219.079
2012	1.325.395	86.520	1.238.875
2013	1.360.518	103.824	1.256.694
2014	1.396.572	124.589	1.271.983
2015	1.433.581	149.507	1.284.074
2016	1.471.571	179.408	1.292.163

Fuente: Cuadro # 16

Elaboración: Las Autoras

Para obtener la demanda insatisfecha restamos la demanda efectiva sobre la oferta que tienen los productores artesanos, obteniendo como resultado lo siguiente:

$$Di = 1291.179 - 72100 \text{ libras}$$

$$Di = 1219.079 \text{ Libras.}$$

6.1.4. Comercialización del producto.

Es el proceso por el cual los productos pasan de los centros de producción a sus destinos de consumo o uso a través de diferentes fases de operaciones de compra-venta de mayoristas o minoristas. Una buena comercialización es la que coloca al producto en un sitio y momento adecuado, para dar al consumidor la satisfacción que él espera con la compra.

Conscientes de que en el mercado actual existen solamente proveedores artesanos y por el hecho de buscar introducir el producto al mercado se hace necesario que para la comercialización se diseñe un sistema comercial que permita al usuario obtener con facilidad el producto en el momento oportuno, por ello se estima que los canales que se utilizarán para comercializar el producto será:

- Productor - minorista y consumidor final

Consiste en hacer llegar a los consumidores el producto en un tiempo razonable y con un beneficio aceptable para la empresa. Incluye todo aquello que hace que el producto sea fácilmente accesible para el cliente.



Producto.

En el mercado el maní con dulce se lo encuentra proveniente de una producción casera sin tecnificación alguna, se comercializan en empaques que no contienen información sobre el producto y los productores.

En la ciudad de Loja no existen empresas que se dediquen a la elaboración de maní confitado, a pesar de la existencia de materia prima,

la cual al no ser aprovechada industrialmente; se comercializa a otros lugares en calidad de insumos para otras empresas.

Lo que la empresa va a ofrecer es un producto de confitería en base a maní como maní confitado, en presentación de 50 gramos; y comercialización será en funda plástica en donde estará incluido su etiqueta con las características y especificaciones adecuadas que posee el producto.

El maní confitado proveniente del proyecto tendrá las siguientes características de presentación:

- ❖ Logotipo de la empresa
- ❖ Nombre del producto
- ❖ Registro sanitario
- ❖ Peso neto
- ❖ Fecha de elaboración
- ❖ Fecha de expiración
- ❖ Lote
- ❖ Ingredientes
- ❖ Contenido de proteínas

LOGOTIPO



El producto forma un solo elemento entre sus diferentes componentes, los mismos que entran en el proceso de transformación con un ordenamiento adecuado.

Contenido del producto:

El maní confitado es un producto elaborado a base de maní como materia prima, su contenido es del 50% de maní; azúcar 35% y cocoa el 15%.

Maní con dulce:

Componentes	Cantidad
Maní	50%
Azúcar	35%
Cocoa	15%
Total:	100%

Precio.

Es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o un servicio, cuando la oferta o la demanda están en equilibrio. La determinación del precio de un producto se configura como una decisión de vital importancia para la empresa, al condicionar en gran medida el nivel de demanda que se va a dirigir a ese producto y, en definitiva su nivel de ventas, el precio del producto similar que existe en el mercado es de \$ 0,50 centavos por la cantidad de 50 gramos.

Para fijar el precio de nuestro producto se tomó como referencia el costo de producción, más un porcentaje de utilidad y sobre los precios de la competencia para lo cual la empresa ha determinado su precio de acuerdo a la cantidad del producto y su presentación.

La cantidad de 50 gramos tendrá un PVP de \$ 0,50 centavos.

Plaza.

El maní confitado estará orientado hacia el mercado objetivo el mismo que será la población de la provincia de Loja, utilizando el canal de distribución productor – minorista – consumidor final.

Publicidad.

Con la publicidad la empresa pretende informar, persuadir, recordar y transmitir las características y beneficios del producto a sus clientes para que de esta manera se vean impulsados a adquirirlo, en nuestro caso se lo realizará a través de los medios de comunicación como radio (Ecuasur), televisión (Ecotel) y prensa (La hora).

6.2. ESTUDIO TÉCNICO

Son todos aquellos recursos que se tomarán en cuenta para poder llevar a cabo la producción del bien o servicio. Nuestra materia prima será adquirida a los 10 socios que se dedican a la siembra de maní de los cantones de Paltas y Celica beneficiarios del Grupo Social FEPP, obteniendo una producción de 10 quintales por cada período de cosechas realizando 3 en el año, ya que se dedican también a la producción de otros productos, obteniendo 300 quintales de producción al año.

6.2.1. TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

Está determinado por factores como la demanda que existe del producto, insumos, mercado, mano de obra, vías de comunicación, etc. que incide en el momento de la inversión y los costos.

6.2.1.1. TAMAÑO DEL PROYECTO.

En el mundo empresarial encontramos, micro, pequeña, mediana y gran empresa; entonces uno de los aspectos que debemos considerar es la magnitud de nuestro proyecto, el mismo que se manifiesta

principalmente en su incidencia sobre las inversiones y costos que se calculen y por lo tanto sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación.

El tamaño de una empresa es una variable esencial para conocer el poder que tiene ésta frente a terceros (fabricantes, otros minoristas, distribuidores minoristas, mayoristas y consumidores). Varias pueden ser las variables que nos indiquen el tamaño de la empresa. El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año.

De acuerdo al estudio de mercado realizado se determinó la cantidad del producto a elaborar y el tamaño óptimo de la planta, basándonos en la demanda presente y futura.

Capacidad Instalada del Proyecto

La determinamos mediante el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico- manufacturero, en un año de producción”.

CAPACIDAD INSTALADA

Cada ciclo se realizará en 334 minutos en los cuales se producirán 40 libras diarias.

Horas de trabajo: 24 horas diarias.

Tiempo por cada producción: 334 minutos; 40 libras por ciclo.

Horas del día: 24 hrs.

Minutos diarios: 24 hrs * 60 min = 1.440 min.

Minutos al año: 1440 * 365 días = 525.600 min.

Capacidad Instalada.

$$\frac{\text{Total de minutos}}{\text{Tiempo C. producción}} = \frac{525.600}{334} = 1.574 \text{ ciclos}$$

$$1.574 * 40 \text{ lb} = 62.960 \text{ libras}$$

$$62.960 \text{ libras} = 100\%$$

CICLOS	LIBRAS POR CICLO	TOTAL LIBRAS
1.574	40	62.960

CAPACIDAD UTILIZADA

5,55 hrs son las que la empresa trabajará en la producción diaria el resto de horas se utilizarán para realizar la limpieza y preparación de materiales para la elaboración del producto.

Total horas de Labores: 8 hrs.

Labores de preparación de maquinaria y aseo al inicio y al Final del día: 2 horas con 40 minutos

Total horas de producción: 5,55 horas

Minutos diarios: $5,55 \text{ hrs} * 60 \text{ min} = 334 \text{ min}$.

Minutos al año: $334 \text{ min} * 260 \text{ días} = 86840$.

Capacidad Utilizada.

$$\frac{\text{Total de minutos}}{\text{Tiempo C. producción}} = \frac{86840}{334} = 260 \text{ ciclos}$$

$$260 \text{ ciclos} * 40 \text{ lbs} = 10.400 \text{ libras}$$

$$10.400 \text{ lbs} = 16,52\%$$

CICLOS	LIBRAS POR CICLO	TOTAL LIBRAS
260	40	10.400

De acuerdo al porcentaje de la capacidad instalada que representa el 100%, nuestra empresa empezará a producir con el 16,52% en relación a la capacidad instalada.

62.960 — 100%
 10.400 — 16,52%

REQUERIMIENTO TÉCNICO

Maní confitado

La formulación convertida en gramos para la elaboración del maní confitado al año es la siguiente:

AÑOS	CAPACIDAD UTILIZADA EN LIBRAS	% de la Capacidad utilizada
1	10.400	16,52%
2	15.000	23,83%
3	23.000	36,54%
4	32.000	50,84%
5	39.000	61,96%

Participación del Proyecto en el Mercado

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	PARTICIPACIÓN DE MERCADO	% DE PARTICIPACIÓN
1	1.219.079	10.400	0,85%
2	1.238.875	15.000	1,21%
3	1.256.694	23.000	1,83%
4	1.271.983	32.000	2,52%
5	1.284.074	39.000	3,04%

REQUERIMIENTO TÉCNICO		1er Año	2do Año	3er Año	4to Año	5to Año
INGREDIENTES	qq	libras	libras	libras	libras	libras
maní	104	10.400,00	15.000,00	23.000,00	32.000,00	39.000,00
azucar	42	4.160,00	6.000,00	9.200,00	12.800,00	15.600,00
cocoa	2	208,00	345,00	529,00	736,00	897,00
Total libras		14.768,00	21.345,00	32.729,00	45.536,00	55.497,00
Gramos que tiene la lb.		453,60	453,60	453,60	453,60	453,60
Total en gramos		6.698.764,80	9.682.092,00	14.845.874,40	20.655.129,60	25.173.439,20
Desperdicio		200.962,94	290.462,76	445.376,23	619.653,89	755.203,18
Total de produc		6.497.801,86	9.391.629,24	14.400.498,17	20.035.475,71	24.418.236,02
Peso de ca/prod.		50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Cant. Prod. Anual		129.956	187.833	288.010	400.710	488.365

Ingredientes	Libras	Gramos	
Maní	1	453,60	
Azúcar	0,40	181,44	
Cocoa	0,020	9,07	
Total		644,11	12,88 Fundas * libra

Por cada libra de maní que equivale a 453,60 gramos; se utilizará 0,40 libras es decir 181,44 gramos de azúcar y cocoa 0.020 libras que representa el 9.07 gramos que nos da un total de 644,11 de todos los ingredientes necesarios para la elaboración del maní confitado; dándonos una producción por libra de 12.88 fundas de 50 gramos; el mismo que se lo obtiene del total de gramos dividido para los gramos que se utilizará en una libra por las fundas de producción por una libra y menos el 5% de desperdicio, igual a 129.956 en producción de fundas de maní confitado en el primer año.

6.2.1.2. LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

Para determinar el lugar óptimo en donde se ubicará la empresa de maní confitado en la ciudad de Loja se debe considerar algunos factores que de alguna forma inciden sobre la decisión de la localización óptima de la misma dentro de estos factores tenemos:

Vías de Acceso

Las vías que conducen a la empresa “CATAMANI COMPAÑÍA LIMITADA” de confitería de maní son de segundo orden las mismas disponen de una vía principal de entrada-salida, y varias secundarias que permiten realizar las actividades desde el traslado de la materia prima e insumos hasta la comercialización del producto.

Mano de Obra

Entre la mano de obra y personal administrativo con la que contará la empresa “CATAMANI COMPAÑÍA LIMITADA” es de 6 personas el mismo que está conformado por Gerente, Secretaría-contadora, Conserje-guardián, 2 Operarios y Chofer-vendedor; los mismos que contarán con sus respectivas funciones y responsabilidades asignadas por la empresa aportando al desarrollo socioeconómico de la provincia de Loja.

Transporte

La empresa contará con un vehículo propio, para la comercialización del producto.

Mercado

La empresa está orientada a la satisfacción de las diferentes necesidades, a través del ofrecimiento del producto de confitería en base a maní para la Provincia de Loja, el mismo que está dirigido a niños, jóvenes y adultos ya que es un producto de excelente calidad y consumo masivo.

Servicios Básicos

La empresa contará con todos los servicios básicos, necesarios para su implantación como son agua, energía eléctrica y teléfono.

MACROLOCALIZACIÓN.

Debido a las características del producto y al direccionamiento de la empresa se encontrará en el cantón Loja, Provincia de Loja.





MICROLOCALIZACIÓN.

La empresa se ubicará al interno del cantón Loja, en el parque industrial, el mismo que está situado en la zona norte de la ciudad, barrio Amable María, a 300 metros del Colegio Militar Lauro Guerrero. Conformado por cuatro vías de acceso, con dirección Norte – Sur y viceversa, todas ellas conectadas con la Av. Salvador Bustamante Celi hacia el Sur y hacia el Norte con la Av. de Integración Barrial y Av. 8 de Diciembre, las que a lo largo de su recorrido, se transforman en las Avenidas de Circunvalación de la ciudad de Loja.

El parque industrial cuenta con un terreno de 21,00 hectáreas, donde se implementa el proyecto. Contempla más de 109.440,00 m² de área útil, con capacidad para emplazar 133 lotes, cuyas áreas están dentro del rango de 300 a 2.500 metros cuadrados.

En el Parque Industrial de Loja podrán ser admitidas empresas locales, nacionales o extranjeras nuevas o ya existentes, dedicadas a desarrollar actividades fabriles en general.

BARRIO "AMABLE MARÍA
NORTE

CALLE CALIFORNIA



A
V
S
A
L
V
A
D
O
R
B
U
S
T
A
M
A
N
T
E
C
E
L
I

A
V
I
N
T
E
G
R
A
C
I
Ó
N
B
A
R
R
I
A
I

Parque Industrial



OESTE
ESTE



CALLE NEW YORK

SUR

6.2.2. INGENIERÍA DEL PROYECTO:

Esta ingeniería nos permitirá planificar los aspectos fundamentales como son: Componente Tecnológico, Infraestructura Física, Distribución de la Planta: Proceso Productivo, Diseño del Producto y Flujograma de Procesos.

- COMPONENTE TECNOLÓGICO:

La empresa contará con los equipos y herramientas necesarias para llevar a efecto el proceso productivo.

Dentro del componente tecnológico tenemos los siguientes:

- a) **Desgranadora de maní.-** Esta máquina desgranadora de maní ofrece un incremento sustancial en el bombardeo de eficiencia, esta actividad en gran mayoría la realizan a mano en las regiones productoras de maní de los países en desarrollo y por lo tanto requiere una gran cantidad de mano de obra. La desgranadora de maní es de fácil manejo y alta eficiencia reduciendo significativamente el tiempo de procesamiento de maní para el trabajador permitiéndoles así realizar otras tareas, la misma que tiene la capacidad de desgranar 25 libras cada 15 minutos.



- b) **Balanza electrónica.-** Esta balanza es fundamental ya que tiene visor doble: cliente y vendedor, funciona a 220volt y batería (incluida) sigue funcionando 24hrs si se corta la luz, pesa hasta 25 libras, calcula precio final según precio unitario, suma precio de cada compra y calcula precio final, bandeja de acero inoxidable, teclado de goma anti humedad de fácil limpieza, excelente

terminación, función Zero: auto calibración, función tara: resta el peso del recipiente.



Herramientas:

- **Paila.-** Para realizar el tostado de las 25 libras de maní se utilizará una paila de acero inoxidable ya que se lo realizará de forma manual el mismo que tendrá un tiempo de 60 minutos, dando como resultado un tostado uniforme.



- **Latas.-** Se utilizará latas para un enfriamiento adecuado, el mismo que tomará un tiempo de 45 minutos.



- **Bandejas.-** Para la eliminación de la cáscara del maní tostado se lo realizara en forma manual utilizando bandejas de plástico lo que tendrá un tiempo de 60 minutos.



- **Cocina.-** Esta cocina es industrial certificada, cubierta: 3 quemadores de 15 cm de diámetro, confeccionada en acero laminado con patas, bajo cubierta: funcionamiento gas licuado o natural la misma que se utilizara para la preparación de miel.



- **Utensilios de cocina.-** Estos utensilios son fundamentales para la realización del producto entre estos tenemos; cucharas, cuchillos y recipientes.



- **Olla de Acero Inoxidable.-** Esta olla es confeccionada con acero inoxidable su función es la preparación de miel, para la realización del maní confitado lo que tendrá un tiempo de 30 minutos.



- **Latas:** Estas latas nos servirán para la separación y secado del maní con dulce lo que demorará un tiempo de 45 minutos.



- **Dos Mesas de Trabajo.-** Son de acero inoxidable, las mismas que nos permitirán realizar el trabajo de pesado, etiquetado y envasado para poder maniobrar fácilmente el producto dándonos un tiempo de 79 minutos.

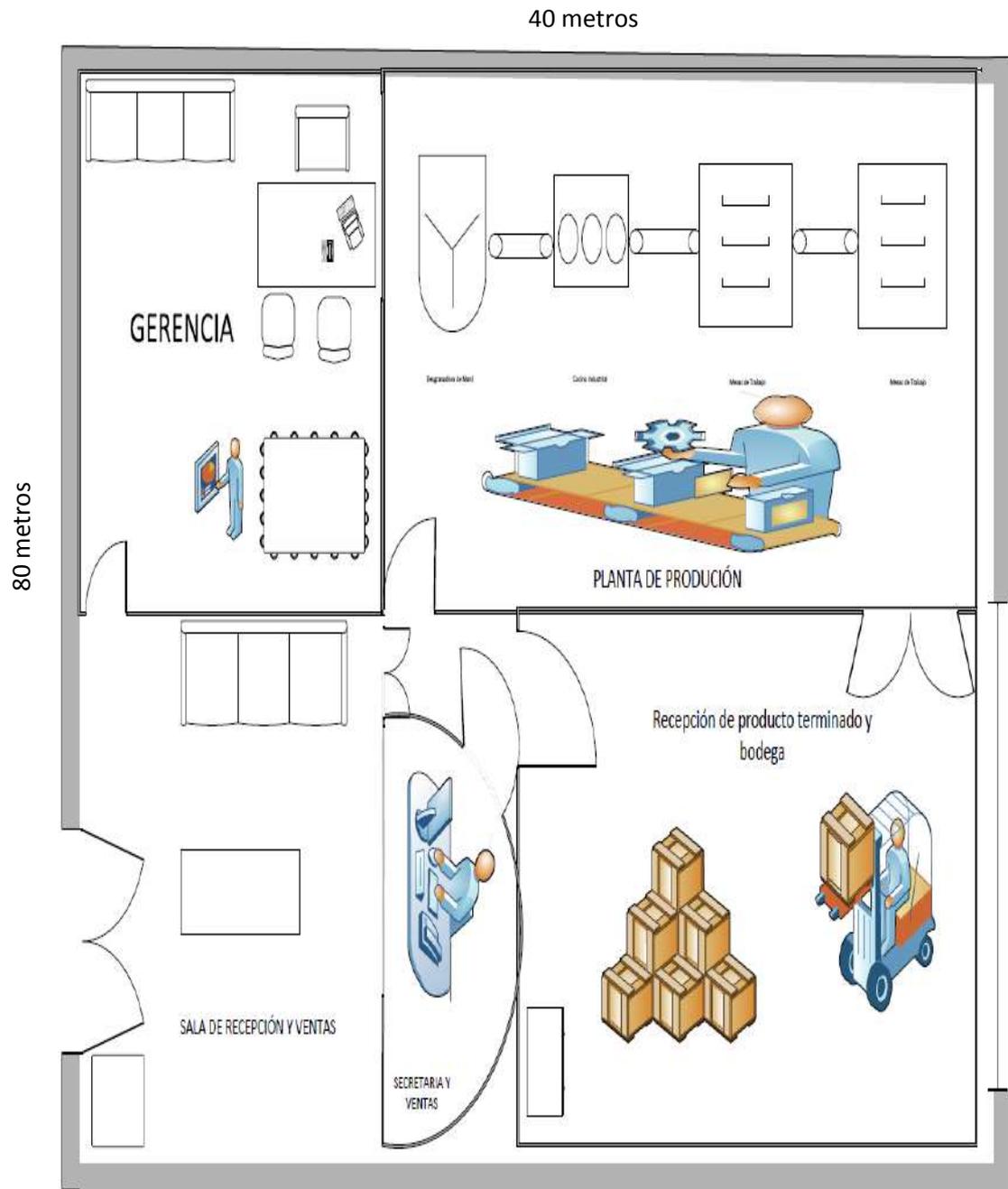


- **Selladora de plástico.-** Se utilizará para sellar el producto terminado para su comercialización.



DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

La planta está diseñada acorde a los equipos y herramientas a utilizarse para la producción de maní confitado y en base a los requerimientos de seguridad e higiene laboral.



PROCESO DE PRODUCCIÓN

Se hace referencia a las fases por las cuales debe pasar la materia prima para su transformación a fin de obtener el maní confitado.

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO.

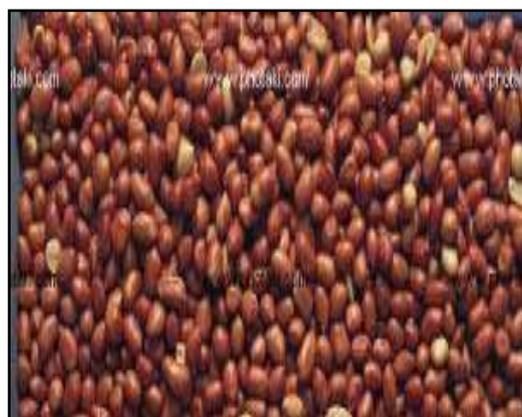
DESGRANADO DEL MANÍ.

El maní es primeramente desgranado para poder tostarlo.



TOSTADO DEL MANÍ.

El maní es tostado para que alcance un sabor agradable y no produzca alteraciones en el organismo, por otro lado el tostado es fundamental para quitar la cascara de maní, el mismo que tendrá un tiempo de 60 minutos.

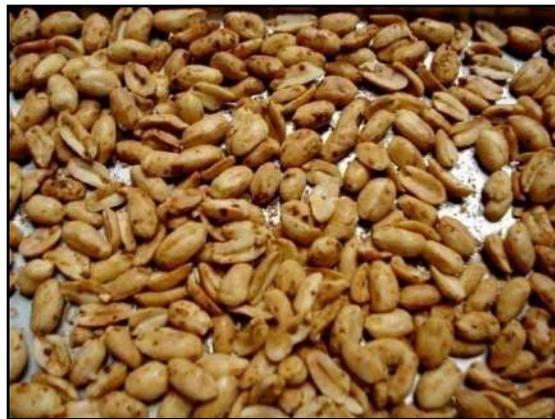


ENFRIAMIENTO.

Para proceder al pelado del maní tostado tenemos que dejar enfriar por un tiempo adecuado en las respectivas latas.

PELADO DEL MANÍ.

El maní es introducido en bandejas de plástico para lograr desprender la cascara y de tal forma se le dé el estado necesario para continuar con el proceso.



ENCONFITADO DEL MANÍ.

En una olla de acero inoxidable se colocan 8 libras de azúcar, se agrega además 3 litros de agua. Se coloca al fuego y se cocina durante 10 minutos hasta alcanzar el punto de enconfitado y finalmente se le agrega cocoa a las 40 libras de maní dándonos un tiempo de 30 minutos.



ENFRIAMIENTO DEL MANÍ.

Una vez que se ha realizado el enconfitado de maní durante los 30 minutos es retirado y colocado en las latas para su enfriamiento el mismo que consta de 40 minutos.



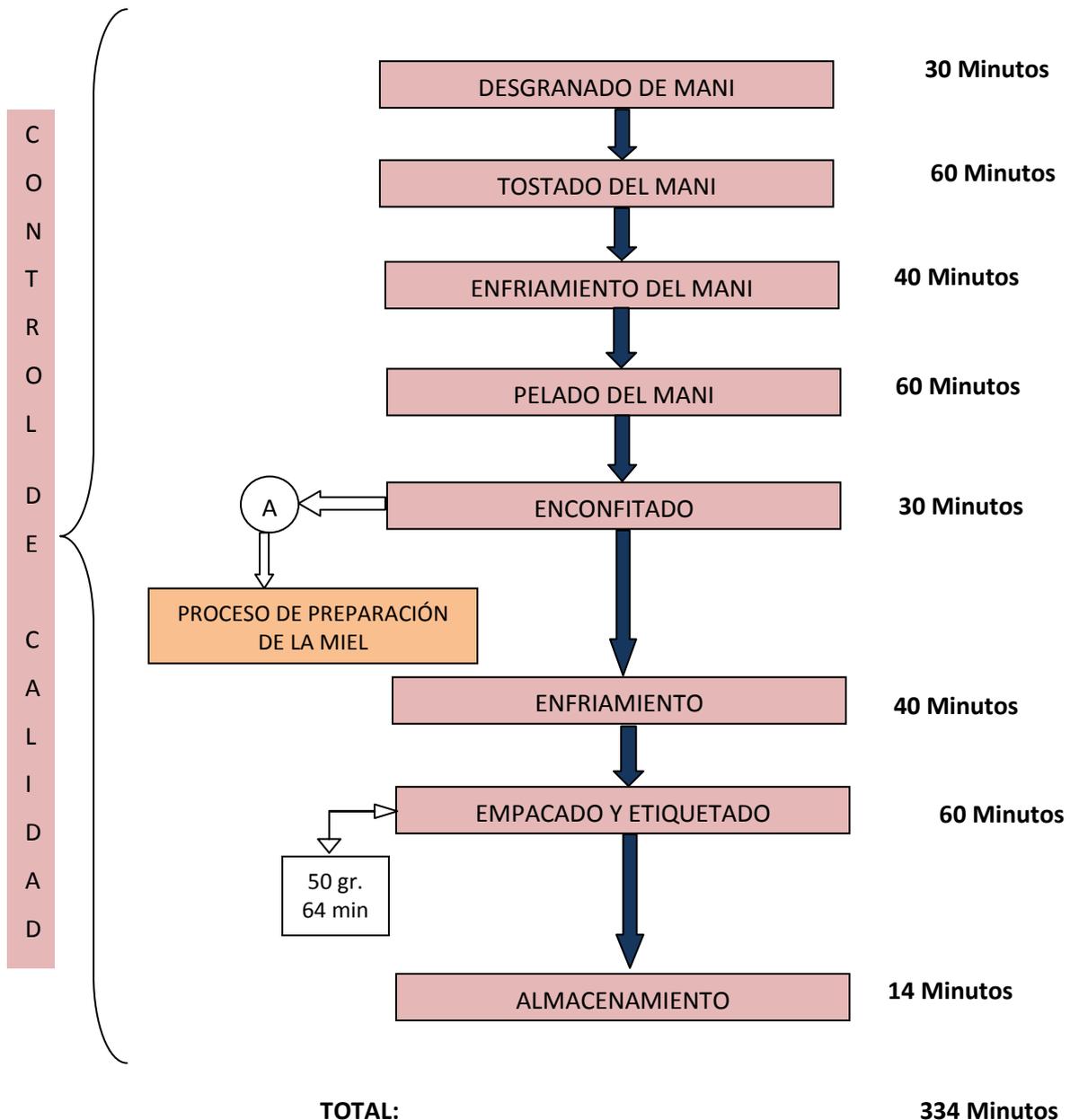
EMPACADO DEL MANÍ.

Una vez que el producto está frío se procede a colocarlo en empaques de 50 gramos, los mismos que son sellados, etiquetados y almacenados en un tiempo de 74 minutos para luego ser comercializados.



DIAGRAMA DE PROCESO PRODUCTIVO

TIEMPO



El tiempo del proceso productivo es de 334 minutos es decir 5 horas con 55 minutos para la producción de 40 libras de maní el mismo que se producirá diariamente para obtener el maní confitado.

FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE RECORRIDO DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MANÍ CONFITADO

FASES	OPERACIÓN	INSPECCIÓN	OPERACIÓN E INSPECCIÓN	ESPERA	ALMACENAMIENTO	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO (ACTIVIDADES)	TIEMPO (MINUTOS)
1	▲					Desgranado del maní	30min
2		■	▲			Tostado del maní	60min
3	▲		▲			Enfriamiento	40min
4		■	▲			Pelado del maní	60min
5			▲			Enconfitado	30min
6	▲		▲			Enfriamiento	40min
7		■				Empacado y etiquetado	60min
8	▲				■	Almacenamiento	14min
TOTAL							334 min

6.2.3. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Organización Jurídica.

La forma jurídica de organización es de responsabilidad limitada, por sus condiciones favorables para los socios, entre estas las siguientes:

La compañía requiere por lo menos de 2 socios y máximo 15 socios para su implementación.

En cuanto a los derechos y responsabilidades de los socios de conformidad con la Ley de Compañías, todos los socios son responsables por la empresa hasta por un monto equivalente al aporte individual para la conformación de la misma.

ASPECTOS LEGALES:

La empresa productora y comercializadora de confitería de maní "CATAMANI". Tendrá las siguientes características.

Razón Social: "CATAMANI COMPAÑÍA LIMITADA".

Objeto: Producción y comercialización de maní confitado.

Número de socios: 3

Capital social: \$ 51.005,97 dólares americanos

Provincia: Loja

Cantón: Loja

Tiempo de Duración: 5 años.

Dirección: Av. Salvador Bustamante Celi entre California y New york.

Niveles Administrativos.

La administración es esencial en toda empresa organizada, porque trata de una función natural a la sociedad humana.

La administración, como tal es intangible, la tarea de la misma consiste en crear una fuerza invisible, ya que esta debe conservar un ambiente adecuado, para que un grupo de personas puedan trabajar eficazmente en el logro de los objetivos comunes.

Para ello debemos identificar los niveles jerárquicos que contendrá nuestra empresa:

Nivel Legislativo.

Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operara, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomaran el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se haya constituido. Es el órgano máximo de dirección de la empresa, está integrado por los socios legalmente constituidos. Para su actuación está representado por la presidencia.

Nivel Ejecutivo.

Este nivel está conformado por el Gerente- Administrador, el cual será nombrado por el nivel Legislativo- Directivo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.

Nivel Asesor.

Normalmente constituye este nivel el órgano asesor llamado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial como es el caso de las situaciones de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa con otras organizaciones o clientes. Generalmente toda empresa cuenta con un Asesor Jurídico, sin que por ello se descarte la posibilidad de tener asesoramiento de profesionales de otras áreas en caso de requerirlo.

Nivel de Apoyo.

Este nivel se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa.

Nivel Operativo.

Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción específicamente en las labores de producción o el proceso productivo.

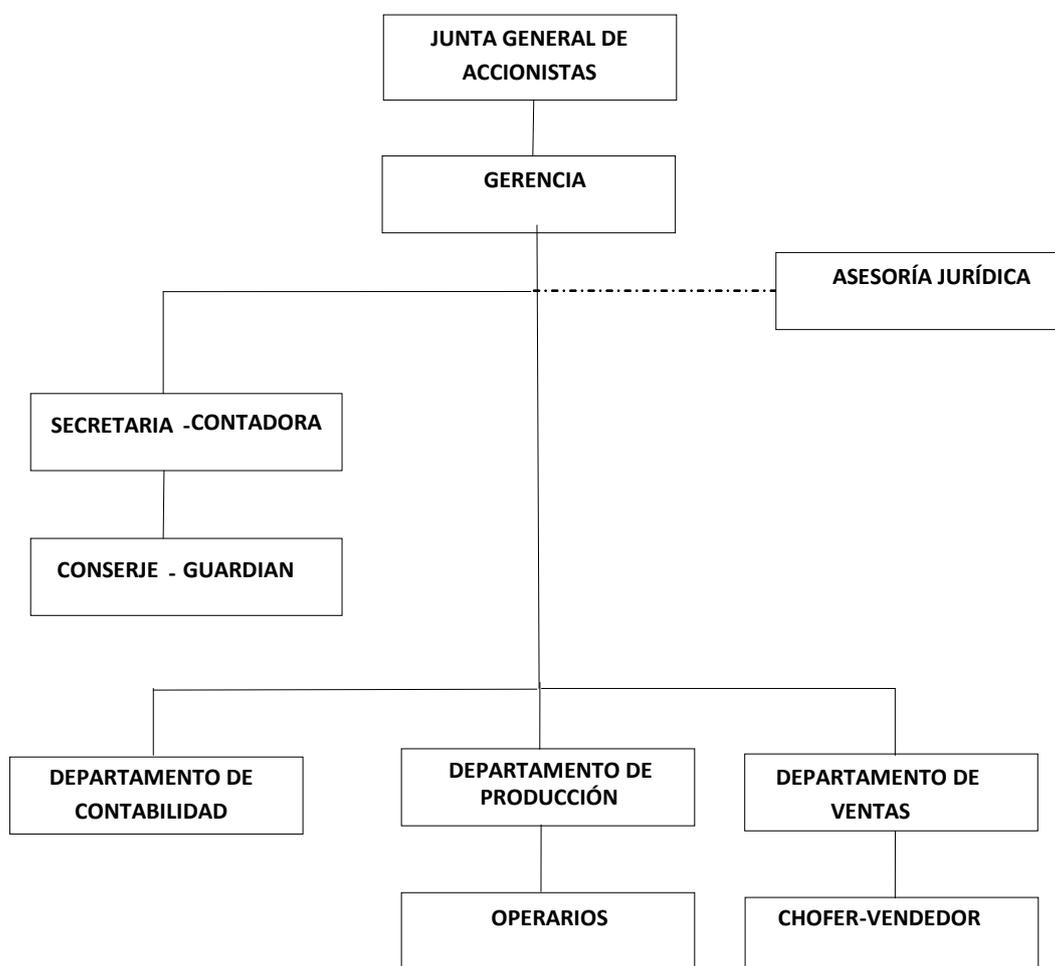
GRÁFICO # 16**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL****EMPRESA CATAMANI COMPAÑÍA LIMITADA**

GRÁFICO # 17
ORGANIGRAMA POSICIONAL
EMPRESA CATAMANI COMPAÑÍA LIMITADA

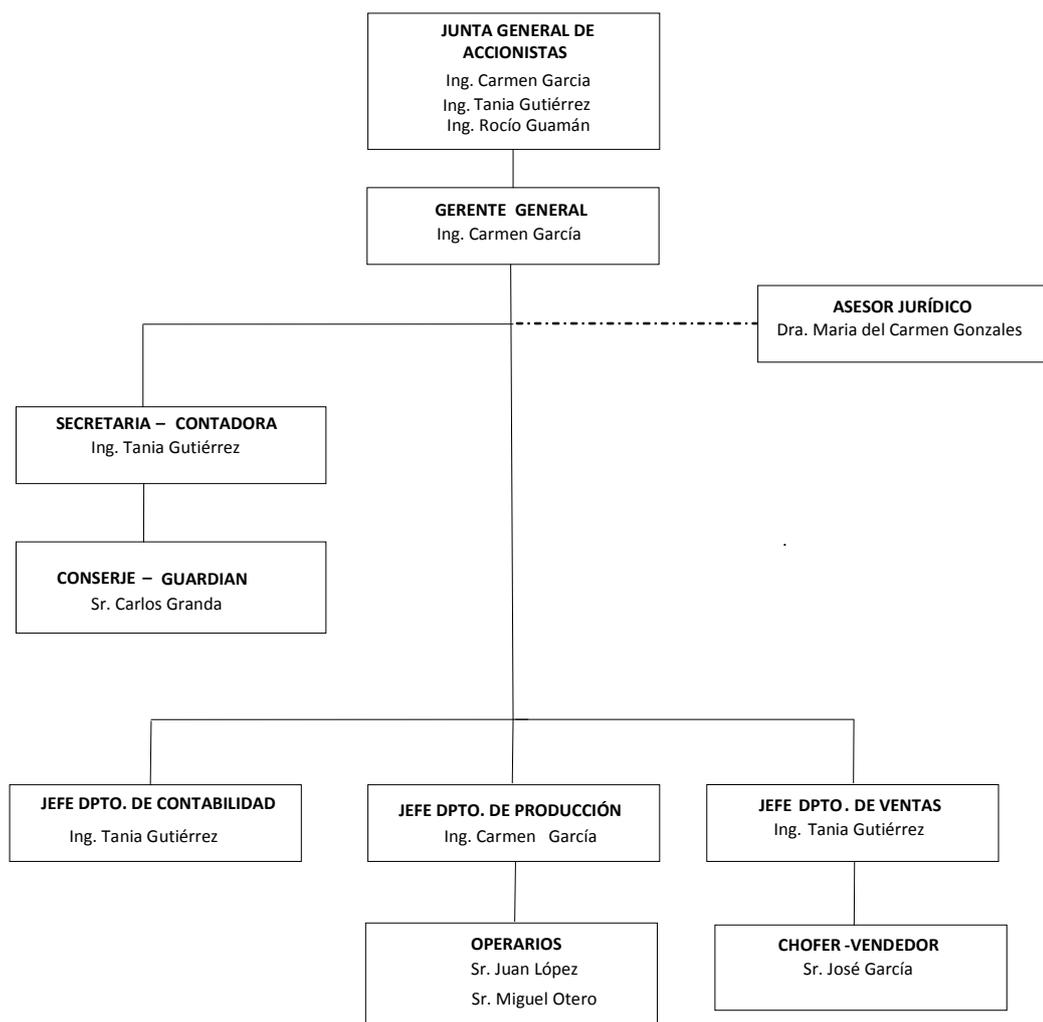
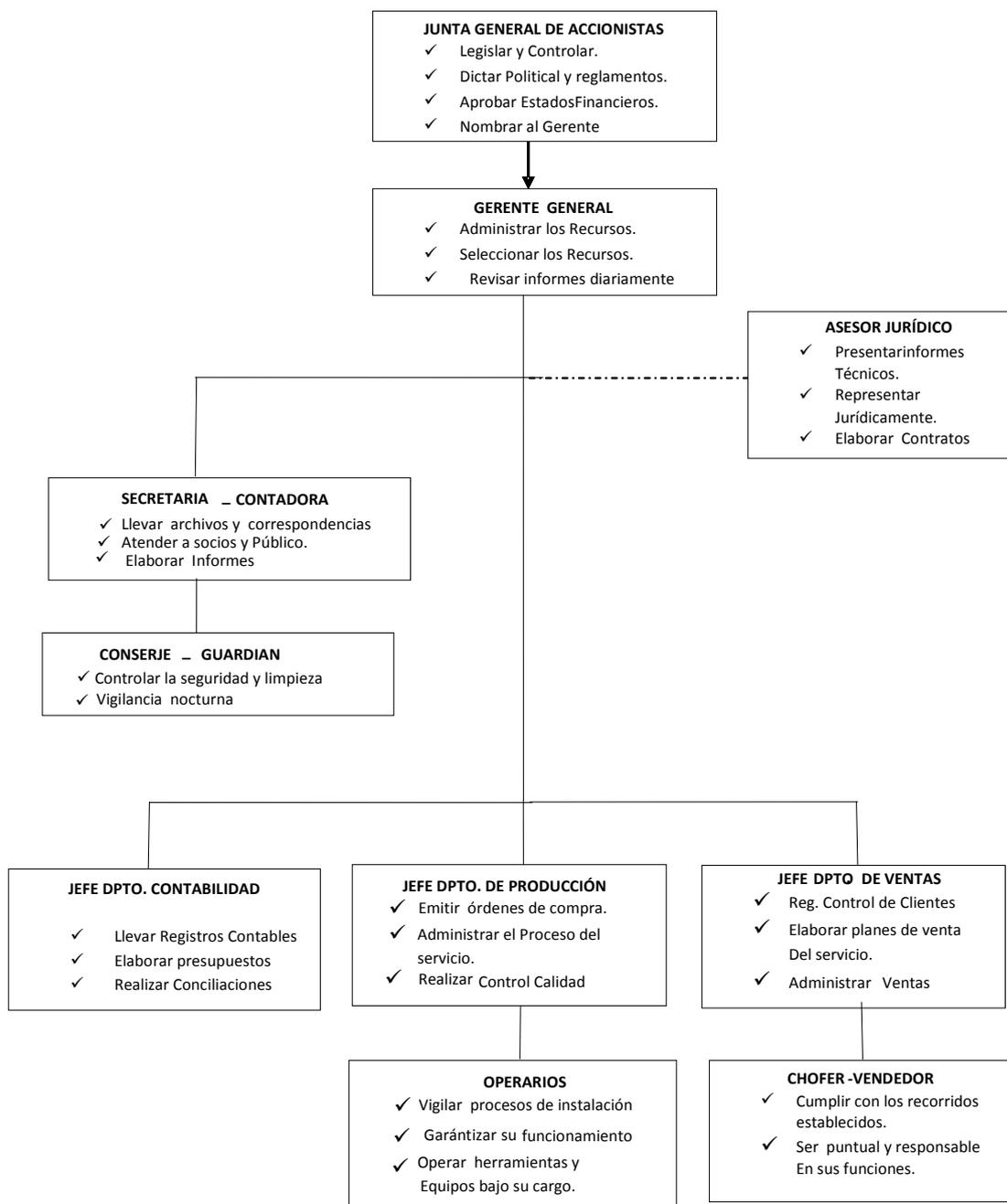


GRÁFICO #18

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

EMPRESA CATAMANI COMPAÑÍA LIMITADA



MANUAL DE FUNCIONES.

Un manual de funciones proporciona toda la información necesaria, el mismo que permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo. Un manual de funciones debe contener la información clara sobre los siguientes aspectos:

- ✓ Relación de dependencia (Ubicación interna).
- ✓ Dependencia jerárquica (Relaciones de Autoridad).
- ✓ Naturaleza del trabajo.
- ✓ Tareas principales, tareas secundarias.
- ✓ Responsabilidades.
- ✓ Requerimiento para el puesto.

FORMATO PARA EL MANUAL DE FUNCIONES

- ❖ Código.
- ❖ Título del puesto.
- ❖ Naturaleza del trabajo.
- ❖ Funciones típicas.
- ❖ Responsabilidad asignada.
- ❖ Requisitos mínimos.

EMPRESA: “EMPRESA CATAMANI COMPAÑÍA LIMITADA”.

CÓDIGO: 001

TÍTULO DEL PUESTO: Gerente.

NATURALEZA DEL TRABAJO: Planificar, programar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades que se realizan en la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS:

- ✓ Prepara los presupuestos.
- ✓ Evalúa el avance de los proyectos.
- ✓ Coordina, supervisa y dirige las actividades de la empresa.
- ✓ Autoriza contrataciones o liquidaciones de contratos de trabajo.
- ✓ Coordina con los mandos medios para la colaboración.
- ✓ Se reúne con sus colaboradores.
- ✓ Decide metas presupuestarias.
- ✓ Analiza informe de proyectos.
- ✓ Analiza el presupuesto de los proyectos.
- ✓ Toma decisiones.
- ✓ Supervisa el funcionamiento del personal.
- ✓ Convoca a reuniones con el personal.
- ✓ Organiza cursos de capacitación.

RESPONSABILIDAD ASIGNADA: Es responsable de la planificación, organización, dirección y control de las actividades de la empresa así como de la coordinación y toma de decisiones sobre producción, comercialización y personal de la misma.

REQUISITOS MÍNIMOS.

Educación: Título de Ingeniero Comercial, o carreras afines.

Experiencia laboral: Dos años de experiencia en la ejecución de tareas similares.

EMPRESA: “EMPRESA CATAMANI COMPAÑÍA LIMITADA”.

CÓDIGO: 002

TÍTULO DEL PUESTO: Asesor Jurídico.

NATURALEZA DEL TRABAJO: Planificar, organizar, ejecutar, y controlar las actividades legales de la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS:

- ✓ Asesorar a gerencia y socios sobre cualquier asunto legal.
- ✓ Defender a la empresa en cualesquier problema judicial que se le presente.
- ✓ Colaborar con los contratos de la empresa para que estos sean correctos.

RESPONSABILIDAD ASIGNADA: Es responsable de los procesos judiciales que la empresa enfrentara, así mismo informar sobre los conflictos judiciales para que estos a su vez se archiven adecuadamente.

REQUISITOS MÍNIMOS.

Educación: Título Abogado en leyes.

Experiencia laboral: Dos años de experiencia en la ejecución de tareas similares.

EMPRESA: “EMPRESA CATAMANI COMPAÑÍA LIMITADA”.

CÓDIGO: 003

TÍTULO DEL PUESTO: Secretaria-contadora.

NATURALEZA DEL TRABAJO: Lleva la contabilidad de la empresa y todo lo referente a labores de secretaría.

FUNCIONES TÍPICAS:

- ✓ Redacción de documentos necesarios para llevar el control de la empresa.
- ✓ Archivar documentos.
- ✓ Llevar el control de las actividades a realizar (Agenda).
- ✓ Recepción.
- ✓ Llevar control contable de los ingresos y egresos, además de elaborar los estados financieros en el tiempo debido.
- ✓ Dirigir y supervisar las actividades que realiza el personal a su cargo.
- ✓ Supervisar que las labores se realicen de acuerdo a los objetivos previstos.

RESPONSABILIDAD ASIGNADA: Responsabilidad técnica y económica en el desempeño de sus funciones; responder por equipos a su cargo.

REQUISITOS MÍNIMOS.

Educación: Titulo de Lic. Contabilidad y Auditoría, Secretaria.

Experiencia laboral: Un año de experiencia en la ejecución de tareas similares.

Otros requisitos:

- ✓ Responsable.
- ✓ Buenas relaciones humanas.

EMPRESA: “EMPRESA CATAMANI COMPAÑÍA LIMITADA”.

CÓDIGO: 004

TÍTULO DEL PUESTO: Conserje - guardián.

NATURALEZA DEL TRABAJO: Vigilar, limpiar y cuidar los bienes de la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS:

- ✓ Coordinación de los diferentes mensajes y trámites varios que solicita la empresa en las diferentes áreas de la misma.
- ✓ Realizar limpieza en el piso, instalaciones y equipo.
- ✓ Cualquier otra función que le sea asignada.

RESPONSABILIDAD ASIGNADA: Responsabilidad económica, en todas las oficinas de la empresa.

REQUISITOS MÍNIMOS.

Educación: Bachiller.

Otros requisitos:

- ✓ Puntualidad.
- ✓ Disponibilidad de horario.
- ✓ Cartas de recomendación.
- ✓ Edad mínima no más de 30 años.
- ✓ Trabajar bajo presión.
- ✓ Amabilidad.
- ✓ Responsabilidad.
- ✓ Honradez.
- ✓ Honestidad.
- ✓ Agilidad.
- ✓ Buenas relaciones humanas.

EMPRESA: “EMPRESA CATAMANI COMPAÑÍA LIMITADA”.

CÓDIGO: 005

TÍTULO DEL PUESTO: Chofer vendedor.

NATURALEZA DEL TRABAJO: Hacer conocer el producto a los clientes y conducir el vehículo.

FUNCIONES TÍPICAS:

- ✓ Conducir el vehículo de la empresa.
- ✓ Visitar a los clientes para concretar los pedidos.
- ✓ Entrega del producto a los clientes.
- ✓ Recaudar valores por la venta de los productos.
- ✓ Entregar a contabilidad los valores de los productos de la venta.
- ✓ Solicitar combustible para el vehículo.
- ✓ Lavar y mantener limpio el vehículo.
- ✓ Reportar cualquier desperfecto mecánico del vehículo.
- ✓ Revisar niveles de aceite, grasa, presión de llantas, agua batería y otros diariamente (al inicio de la Jornada).
- ✓ Control del kilometraje del vehículo para el próximo servicio.
- ✓ Informar al jefe de ventas sobre las actividades cumplidas.

RESPONSABILIDAD ASIGNADA: Responsable por el mantenimiento del vehículo y la entrega pertinente del producto.

REQUISITOS MÍNIMOS.

Educación: Bachiller.

Experiencia laboral: Tres años en cargos similares.

Otros requisitos:

- ✓ Disponibilidad de horario.
- ✓ Licencia de conducir Tipo E.

EMPRESA: “EMPRESA CATAMANI COMPAÑÍA LIMITADA”.

CÓDIGO: 006

TÍTULO DEL PUESTO: Operarios.

NATURALEZA DEL TRABAJO: Realizar las actividades del proceso productivo maní confitado.

FUNCIONES TÍPICAS:

- ✓ Operar adecuadamente las herramientas y equipo.
- ✓ Control en el uso de la materia prima y suministros.
- ✓ Transformar la materia prima.

RESPONSABILIDAD ASIGNADA: Responsabilidad técnica y destreza manual para el desempeño de sus labores.

REQUISITOS MÍNIMOS.

Educación: Bachiller.

Experiencia laboral: No indispensable.

Otros requisitos:

- ✓ Contar con cursos de manualidades prácticas o a fines.
- ✓ Disponibilidad de horario.
- ✓ Cartas de recomendación.
- ✓ Trabajar bajo presión.
- ✓ Amabilidad.
- ✓ Responsabilidad.
- ✓ Honradez.
- ✓ Honestidad.
- ✓ Buenas relaciones humanas.

6.3. ESTUDIO FINANCIERO

El Estudio Financiero constituye todas las inversiones y financiamientos que deberán enfrentar los inversionistas para poder poner en marcha el proyecto. En el presente estudio se determina los presupuestos fundamentales para el análisis financiero, pudiendo determinar si existe o no rentabilidad.

6.3.1 INVERSIONES DEL PROYECTO

Son aquellos desembolsos que se realizan para la adquisición de activos (terrenos, construcciones, muebles y enseres, maquinaria y equipo, edificios).

Gran parte de estos activos se los tiene que adquirir antes de la fase de operación, las inversiones que se realizan son: Inversiones en activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

Son aquellas inversiones que se realizan en bienes tangibles que se utiliza en el proceso productivo o son complemento necesario para la operación normal de la empresa.

TERRENO

Corresponde al lugar donde se va a construir la empresa. Así tenemos que en el parque industrial de la Ciudad de Loja ubicado en el barrio Amable María se adquirirá un terreno de 300m². El costo por m² del terreno tiene un valor en la actualidad de \$30, estos datos otorgados por el Ilustre Municipio de Loja, lo que da un total de \$9000 por la compra del mismo.

Cuadro # 23		TERRENO	
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
300m ²	Terreno en el Parque Industrial	30,00	9.000,00
TOTAL			9.000,00

Fuente: Municipio de Loja

Diseño: Las Autoras

CONSTRUCCIONES

Se construirá de los 300 m² de terreno, 120m², (una sola planta) el mismo que contara con un Departamento de gerencia, Departamento de ventas, recepción y Departamento de Producción donde se va a empacar el producto con sus respectiva bodega tanto de materia prima como de productos terminados.

Cuadro # 24		CONSTRUCCIONES	
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
120m ²	Construcción de una planta con acabados	200,00	24.000,00
TOTAL			24.000,00

Fuente: Municipio de Loja

Diseño: Las Autoras

VEHÍCULO

Es aquel elemento que permitirá que la materia prima llegue a la planta de elaboración y su distribución llegue al mercado.

Cuadro # 25		VEHICULO	
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Vehículo Hino NHR	24.000,00	24.000,00
TOTAL			24.000,00

Fuente: Loja Car

Diseño: Las Autoras

MAQUINARIA Y EQUIPO

Son aquellos equipos que sirven para llevar a efecto el proceso de producción el costo total asciende a \$ 2.045,00.

Cuadro # 26 MAQUINARIA Y EQUIPO

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Desgranadora de maní	1,500.00	1,500.00
1	Cocina industrial	280.00	280.00
1	Selladora de plástico	20.00	20.00
1	Balanza electrónica	245.00	245.00
TOTAL			2,045.00

Fuente: Ochoa Hnos. Loja

Diseño: Las Autoras

HERRAMIENTAS

Son aquellos implementos que nos ayudan a llevar un proceso de producción su monto asciende a \$ 872,00.

Cuadro # 27 HERRAMIENTAS

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Utensillos de cocina	80.00	80.00
4	Latas de acero inoxidable	8.00	32.00
1	Paila	25.00	25.00
1	Cilindro de gas	40.00	40.00
1	Olla de acero inoxidable	95.00	95.00
2	Mesas de acero inoxidable enfriadora 2.95mx8cm	300.00	600.00
TOTAL			872.00

Fuente: Ochoa Hnos y Comercios locales. Loja

Diseño: Las Autoras

EQUIPO DE OFICINA

Son los bienes tangibles utilizados por el personal administrativo para todas las actividades el monto total asciende a \$ 115,00.

Cuadro # 28 EQUIPO DE OFICINA

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Sumadora DR1-20	35,00	35,00
2	Teléfono	40,00	80,00
TOTAL			115,00

Fuente: TRISECOM. Loja

Diseño: Las Autoras

EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Constituye una herramienta indispensable para agilizar las actividades de la empresa el monto asciende a \$ 1.500,00.

El equipo de computación al tener una vida útil de 3 años se deprecia al 33,33% y como el presente proyecto está planificado para 5 años, este presupuesto consta con el número de computadoras que durará el proyecto.

Cuadro # 29 EQUIPO DE COMPUTACIÓN

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Computadora LG	750,00	1.500,00
TOTAL			1.500,00

Fuente: TRISECOM. Loja

Diseño: Las Autoras

REINVERSIÓN EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Cuadro # 30 REINVERSIÓN EQUIPO DE COMPUTACIÓN

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Computadora LG	800.00	1,600.00
TOTAL			1,600.00

Fuente: TRISECOM. Loja

Diseño: Las Autoras

MUEBLES Y ENSERES

Son aquellos bienes tangibles que sirven para llevar a efecto las actividades operativas de la empresa el monto total asciende a \$ 789,00.

Cuadro # 31 MUEBLES Y ENSERES

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Escritorio de Oficina	250.00	500.00
2	Sillon giratorio	100.00	200.00
8	Sillas plásticas	8.50	68.00
3	Archivadores	2.00	6.00
2	Papeleras	7.50	15.00
TOTAL			789.00

Fuente: Comercios locales. Loja

Diseño: Las Autoras

Cuadro # 32

ACTIVOS FIJOS	TOTAL
TERRENO	9,000.00
CONSTRUCCIONES	24,000.00
VEHÍCULO	24,000.00
MAQUINARIA Y EQUIPO	2,045.00
HERRAMIENTAS	872.00
EQUIPO DE OFICINA	115.00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	1,500.00
MUEBLES Y ENSERES	789.00
IMPREVISTOS 1%	623.21
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	62,944.21

Fuente: Anexos

Diseño: Las Autoras

ACTIVOS DIFERIDOS

Son todas aquellas 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-operativa o el periodo correspondiente al año 0.

Además de los activos fijos tangibles que ya mencionamos, es necesario considerar también los activos intangibles conocidos como activos diferidos, entre ellos detallamos a continuación:

- **Patentes.-** Este trámite sirve para identificar a la compañía el mismo que tiene un costo de \$ 150,00.
- **Estudios Preliminares.-** Este rubro comprende el costo de investigaciones previas, estudios realizados antes de ejecutar el proyecto entre ellos la elaboración del proyecto de factibilidad lo cual tiene un costo de \$ 1000,00.
- **Permisos de Funcionamiento.-** Es el proceso de la puesta en marcha de un proyecto para estas actividades ha sido estimado un valor de \$ 200,00 incluido el registro sanitario correspondiente.
- **Conformación de la compañía.-** En lo que se refiere a la organización, la empresa debe tramitar la constitución legal,

aprobación de estatutos, registrarse legalmente para realizar la gestión sin problemas posteriores, con un valor de \$ 120,00.

- **Línea telefónica.**- Nos permitirá estar en comunicación constante con nuestros proveedores o personas que requieran del producto, con un valor de \$ 68,00.

Cuadro # 33

ACTIVOS DIFERIDOS	
DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
PATENTE DE LA EMPRESA	150,00
ESTUDIOS PRELIMINARES	1.000,00
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	200,00
CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA	120,00
LINEA TELEFÓNICA	68,00
IMPREVISTOS 1%	15,38
TOTAL	1.553,38

Fuente: Municipio de Loja y CNT.

Diseño: Las Autoras

CAPITAL DE TRABAJO

Se designa así a los valores en que se debe incurrir para dotar a la empresa de los elementos necesarios para laborar normalmente en un determinado periodo de tiempo, permitiendo cubrir todas las obligaciones monetarias.

MATERIA PRIMA DIRECTA

Está constituida por todos los materiales que forman parte primordial de un artículo, es decir, los que se pueden cargar directamente al costo de un producto determinado.

La materia prima que se utilizará para el presente proyecto es azúcar, cocoa y el Maní, el mismo que puede ser adquirido fácilmente en los cantones de Paltas y Céllica.

Cuadro # 34

MATERIA PRIMA DIRECTA

AÑOS	DENOMINACIÓN	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
1	Maní	Quintales	104	115.00	11,960.00
1	Azucar	Quintales	42	45.00	1,872.00
1	Cocoa de 1/2 libra	Fundas	208	0.85	176.80
TOTAL					14,008.80

Fuente: Investigación directa. Cantones de Paltas y Céllica

Diseño: Las Autoras

MATERIALES INDIRECTOS

Son aquellos que se requiere en el proceso pero no constituye una parte integral del producto terminado, pero afecta el costo de la producción total.

Cuadro # 35

MATERIALES INDIRECTOS.

AÑOS	DENOMINACIÓN	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
1	Funda plástica	Unidades	129,956.04	0.003	389.87
1	Etiquetas	Unidad	129,956.04	0.01	1,299.56
TOTAL					1,689.43

Fuente: Investigación directa. Comercios locales. Loja

Diseño: Las Autoras

SERVICIOS BÁSICOS**Agua Potable**

Este servicio básico será utilizado para el área de producción y administración, el mismo que permite llevar a efecto todas las actividades en la empresa.

Cuadro # 36

AGUA POTABLE

AÑOS	DENOMINACIÓN	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	Agua	M3	300	0.10	30.00	360.00
TOTAL						360.00

Fuente: Municipio de Loja

Diseño: Las Autoras

Energía Eléctrica

Este servicio básico nos permite llevar a efecto todas las actividades que requieren de energía e incluso para la iluminación de las oficinas de la empresa.

Cuadro # 37

ENERGIA ELÉCTRICA

AÑOS	DENOMINACIÓN	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	Luz	Kw	1000	0.08	80.00	960.00
TOTAL						960.00

Fuente: EERSSA

Diseño: Las Autoras

Servicio Telefónico

Este servicio básico nos permite llevar a cabo las actividades comerciales y administrativas de la empresa.

Cuadro # 38

SERVICIO TELEFÓNICO

AÑOS	DENOMINACIÓN	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	Teléfono	Min	1000	0.02	20.00	240.00
TOTAL						240.00

Fuente: CNT.

Diseño: Las Autoras

Útiles de Aseo

Los útiles de aseo nos ayudan a mantener las instalaciones de la empresa en buenas condiciones de limpieza los mismos que otorgan un ambiente laboral de trabajo agradable y saludable para el personal que labora en ella.

Cuadro # 39

ÚTILES DE ASEO

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	UNIDAD MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escobas	3	Unidades	1,50	4,50
Franelas	2	Metros	1,25	2,50
Recogedor de basura	1	Unidades	1,25	1,25
Trapeadores	3	Unidades	1,50	4,50
Desinfectante	5	Galones	8,00	40,00
Papel Higiénico	5	Unidades	6,00	30,00
Basureros	2	Unidades	1,25	2,50
Fundas plásticas	2	Cientos	2,50	5,00
Guantes de caucho	2	Unidades	1,75	3,50
TOTAL				93,75

Fuente: Investigación directa. Comercios locales. Loja

Diseño: Las Autoras

INDUMENTARIA INDUSTRIAL

Son aquellos implementos necesarios para el personal que labora en el departamento de producción.

Cuadro # 40

INDUMENTARIA INDUSTRIAL

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	UNIDAD MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Overoles	2	Unidades	15.00	30.00
Guantes de manejo	4	Caja x 100	10.00	40.00
Gorros de Cabello	3	Caja x 100	10.00	30.00
Mascarillas	3	Caja x 100	8.00	24.00
Botiquín	1	Unidad	40.00	40.00
Extintor	1	Unidad	50.00	50.00
TOTAL				214.00

Fuente: Investigación directa. Comercios locales. Loja

Diseño: Las Autoras

GASTOS DE VENTAS

Se contabiliza los gastos para publicidad, combustibles y lubricantes, lo cual tiene por objeto comercializar el producto en el mercado.

Publicidad

Es un componente de las diferentes actividades de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que sirve para comunicar el mensaje de un patrocinador identificado a un público específico, mediante la utilización de medios que tienen un costo y que son impersonales y de largo alcance, como la televisión, la radio, los medios impresos y el internet entre otros, con la finalidad de lograr los objetivos fijados.

La publicidad que utilizaremos para dar a conocer nuestro producto en el mercado será por medio de la radio y televisión los mismos que generaran costos de acuerdo a la duración y número de trasmisiones de la propaganda publicitaria al día. Estos datos fueron tomados del estudio de Mercado realizado para este proyecto.

Cuadro # 41

PUBLICIDAD

DENOMINACIÓN	CANTIDAD ANUAL	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
Radio ecuasur	48	1.25	60.00
Ecotel Tv	24	2.50	60.00
TOTAL			120.00

Fuente: Tabulación de las encuestas

Diseño: Las Autoras

Combustibles y Lubricantes

Lo constituyen los valores a cubrir para poder transportar la materia prima y productos terminados al mercado.

Cuadro # 42

COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	UNIDAD MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Diesel	200	Galón	0.98	196.00	2,352.00
Aceites y aditivos	Varios	Unidades			320.00
TOTAL					2,672.00

Fuente: Gasolineras y Lubricadoras

Diseño: Las Autoras

MANO DE OBRA DIRECTA

Son aquellos desembolsos que se tienen que realizar por concepto de pago a los obreros que se encargarán de todo el proceso de producción, en el presente presupuesto laborarán 2 obreros.

El monto total de este rubro asciende a \$9.903,47 dólares anuales por los dos obreros.

Cuadro # 43

MANO DE OBRA DIRECTA

Salario Básico		292,00
RUBROS/CARGO	OBRERO	
INGRESOS		
Salario	292,00	
Décimo tercer sueldo 1/12	24,33	
Décimo cuarto sueldo SBU/12	24,33	
Vacaciones 1/24	12,17	
Aporte patronal 12,15%	35,48	
Fondos de reserva 1/12	24,33	
COSTO REAL DEL TRABAJO	412,64	
LIQUIDO A PAGAR	412,64	
Total Mensual	412,64	
Total Anual	4.951,74	
# Obreros 2	9.903,47	

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Diseño: Las Autoras

MANO DE OBRA INDIRECTA

La mano de obra indirecta se incluye como parte de los costos indirectos de fabricación. La misma que es la fuerza de trabajo que interviene en forma indirecta en la elaboración de los productos. El monto del presente rubro asciende a \$9.903,47 dólares.

Cuadro # 44

MANO DE OBRA INDIRECTA

Salario Básico

292,00

RUBROS/CARGO	CHOFER	COSERJE-GUARD.	
INGRESOS			
Salario	292,00	292,00	
Décimo tercer sueldo 1/12	24,33	24,33	
Décimo cuarto sueldo SBU/12	24,33	24,33	
Vacaciones 1/24	12,17	12,17	
Aporte patronal 12,15%	35,48	35,48	
Fondos de reserva 1/12	24,33	24,33	
COSTO REAL DEL TRABAJO	412,64	412,64	
Total Mensual	412,64	412,64	
Total Anual	4.951,74	4.951,74	9.903,47

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Diseño: Las Autoras

SUMINISTROS DE OFICINA

Son accesorios que permiten un mejor funcionamiento en las actividades del área administrativa y parte del área de producción. Los costos que representan cada uno de estos artículos serán representados en el siguiente cuadro:

Cuadro # 45

SUMINISTROS DE OFICINA

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	UNIDAD-MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Grapadora	1	Unidades	2.50	2.50
Grapas	2	Cajas	0.80	1.60
Perforadora	1	Unidades	2.90	2.90
Esferos	1	Caja	3.60	3.60
Hojas A4	5	Resmas	3.50	17.50
Facturas	5	Blogs	6.00	30.00
Corrector	4	Unidades	1.25	5.00
Clips	2	Cajas	0.85	1.70
Carpetas archivadora	4	Unidades	3.00	12.00
TOTAL				76.80

Fuente: La Reforma. Loja

Diseño: Las Autoras

SUELDOS Y SALARIOS

Son aquellos desembolsos que se realizan por el pago al personal que trabaja en la parte administrativa, el monto asciende a \$12.449,40 dólares, ubicando en los puestos los siguientes.

Cuadro # 46

SUELDOS Y SALARIOS

Salario Básico

292,00

RUBROS/CARGO	GERENTE	SECRETARIA	
INGRESOS			
Salario	500,00	292,00	
Décimo tercer sueldo 1/12	41,67	24,33	
Décimo cuarto sueldo SBU/1	24,33	24,33	
Vacaciones 1/24	20,83	12,17	
Aporte patronal 12,15%	60,75	35,48	
Fondos de reserva 1/12	41,67	24,33	
COSTO REAL DEL TRABAJO	689,25	412,64	
Aporte IESS personal 9,35%	64,44	38,58	
LIQUIDO A PAGAR	624,81	412,64	
Total Mensual	624,81	412,64	
Total Anual	7.497,66	4.951,74	12.449,40

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Diseño: Las Autoras

GASTOS ADMINISTRATIVOS

SUELDOS Y SALARIOS	12,449.40
SUMINISTROS DE OFICINA	76.80
TOTAL	12,526.20

Cuadro # 47

ACTIVOS CIRCULANTES	TOTAL ANUAL	TOTAL MENSUAL	
MANO DE OBRA DIRECTA	9,903.47	825.29	
MANO DE OBRA INDIRECTA	9,903.47	825.29	
MATERIA PRIMA DIRECTA	14,008.80	1,167.40	
MATERIALES INDIRECTOS	1,689.43	140.79	
ENERGIA ELECTRICA	960.00	80.00	
AGUA POTABLE	360.00	30.00	
SERVICIO TELEFONICO	240.00	20.00	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	12,526.20	1,043.85	
PUBLICIDAD	120.00	10.00	
IMPREVISTOS 1%	497.11	41.43	
TOTAL DE ACTIVOS CIRCULANTES	50,208.48	4,184.04	8,368.08

Fuente: Anexos

Se necesitará 2 meses para empezar a producir

Diseño: Las Autoras

Monto Total de la Inversión

Cuadro # 48

TOTAL ACTIVOS

RUBRO	MONTO
ACTIVOS FIJOS	62,944.21
ACTIVOS DIFERIDOS	1,553.38
ACTIVOS CIRCULANTES	8,368.08
TOTAL DE INVERSIÓN	72,865.67

Fuente: Estudio de inversiones

Diseño: Las Autoras

6.3.2. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, son recursos económicos financiados que se complementan con los recursos propios o capital inicial. Para el proyecto de investigación el financiamiento se lo hará de acuerdo al cálculo de la amortización con cuota variable, la misma que se la realizó para diez periodos los cuales son semestrales que abarcan los cinco años de financiamiento; los datos de la tasa de interés corresponde a la Corporación Financiera Nacional, entidad estatal que podrá financiar la inversión, otorgándonos un plazo de cinco años con cuota variable al 10% anual.

Cuadro # 49

FINANCIAMIENTO

FUENTES	PORCENTAJE %	APORTE
Capital Propio	70	51,005.97
Crédito Banco Nacional de Fomento	30	21,859.70
TOTAL	100	72,865.67

Fuente: Investigación directa

Diseño: Las Autoras

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO				
CAPITAL	21,859.70			
INTERES	10%			
TIEMPO	5 años			
PAGO	Semestral			
SEMESTRAL	AMORTIZACIÓN	INTERES	DIVIDENDO	CAPITAL REDUCIDO
0				21,859.70
1	2,185.97	1,092.99	3,278.96	19,673.73
2	2,185.97	983.69	3,169.66	17,487.76
3	2,185.97	874.39	3,060.36	15,301.79
4	2,185.97	765.09	2,951.06	13,115.82
5	2,185.97	655.79	2,841.76	10,929.85
6	2,185.97	546.49	2,732.46	8,743.88
7	2,185.97	437.19	2,623.16	6,557.91
8	2,185.97	327.90	2,513.87	4,371.94
9	2,185.97	218.60	2,404.57	2,185.97
10	2,185.97	109.30	2,295.27	-

6.3.3. PRESUPUESTOS PROFORMADOS O PROYECTADOS

COSTOS PRIMOS

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

COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN

Corresponde todos aquellos gastos que por su naturaleza no inciden directamente sobre el proceso de fabricación y están formados por materia prima y mano de obra indirectas.

GASTOS DE OPERACIÓN

Están constituidos por los costos variables de operación y los costos fijos de operación. Dentro de los gastos de operación para el proyecto de inversión se analizaran los Gastos.

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Representan los gastos generales de oficina de este departamento, el departamento de contabilidad, los de personal, los de créditos y cobranzas; de igual manera los gastos de ventas se individualizan o se controlan por cuentas separadas.

GASTOS DE VENTAS

Son los gastos relacionados con la preparación y almacenamiento de los artículos para la venta, la promoción de ventas, los gastos en que se incurre al realizar las ventas, gastos de reparto y otros.

GASTOS FINANCIEROS

Son gastos incurridos por la empresa en la obtención de recursos financieros y que están representados por los intereses y primas sobre pagarés, bonos, etc. emitidos por la empresa.

Cuadro # 50
PRESUPUESTO DE OPERACIÓN

COSTO PRIMO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima Directa	14,008.80	14,653.20	15,327.25	16,032.31	16,769.79
Materiales Indirectos	1,689.43	1,767.14	1,848.43	1,933.46	2,022.40
Mano de Obra Directa	9,903.47	10,953.24	12,114.28	13,398.40	14,818.63
Mano de Obra Indirecta	9,903.47	10,953.24	12,114.28	13,398.40	14,818.63
TOTAL COSTO PRIMO	35,505.17	38,326.83	41,404.25	44,762.56	48,429.44
COSTOS DE PRODUCCIÓN					
Depreciación de Construcción	1,140.00	1,140.00	1,140.00	1,140.00	1,140.00
Depreciación de Vehículo	2,160.00	2,160.00	2,160.00	2,160.00	2,160.00
Depreciación de Maquinaria y equipo	184.05	184.05	184.05	184.05	184.05
Depreciación de Equipo de oficina	18.40	18.40	18.40	18.40	18.40
Depreciación de Equipo de computación	333.33	333.33	333.33		
Depreciación de Muebles y enseres	126.24	126.24	126.24	126.24	126.24
Energía Eléctrica	960.00	1,004.16	1,050.35	1,098.67	1,149.21
Teléfono	240.00	251.04	262.59	274.67	287.30
Agua Potable	360.00	376.56	393.88	412.00	430.95
Amortización de activos diferidos	310.68	310.68	310.68	310.68	310.68
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	5,832.70	5,904.46	5,979.52	5,724.70	5,806.83
COSTOS DE OPERACIÓN					
COSTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos y salarios	12,449.40	13,769.03	15,228.55	16,842.78	18,628.11
Suministros de oficina	76.80	80.33	84.03	87.89	91.94
Útiles de aseo	93.75	98.06	102.57	107.29	112.23
Indumentaria industrial	214.00	223.84	234.14	244.91	256.18
Total Costos Administrativos	12,833.95	14,171.27	15,649.29	17,282.87	19,088.45
COSTOS DE VENTAS					
Publicidad	120.00	125.52	131.29	137.33	143.65
Combustibles y lubricantes	2,672.00	2,794.91	2,923.48	3,057.96	3,198.62
Total Costos de Ventas	2,792.00	2,920.43	3,054.77	3,195.29	3,342.27
FINANCIEROS					
Intereses por préstamo	2,076.67	1,639.48	1,202.28	765.09	327.90
Total Costos Financieros	2,076.67	1,639.48	1,202.28	765.09	327.90
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	17,702.62	18,731.18	19,906.35	21,243.26	22,758.62
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	59,040.49	62,962.47	67,290.12	71,730.52	76,994.89

Fuente: Estudio de Costos

Elaboración: Las Autoras

6.3.4. CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

COSTOS FIJOS.- Son aquellos costos cuyo importe permanece constante, independiente del nivel de actividad de la empresa. Se pueden identificar y llamar como costos de "mantener la empresa abierta", de

manera que se realice o no la producción, se venda o no la mercadería, dichos costos igual deben ser solventados por la empresa.

COSTOS VARIABLES.- Son los que están directamente involucrados con la producción y venta de los artículos, por lo que tienden a variar con el volumen de la producción. Para la realización de estos cuadros se ha tomado el año 1 y 5 que es el inicio y final del proyecto.

Cuadro # 51
COSTOS FIJOS Y VARIABLES

COSTO PRIMO	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	FIJOS	VARIABLES								
Materia Prima Directa		14,008.80		14,653.20		15,327.25		16,032.31		16,769.79
Materiales Indirectos		1,689.43		1,767.14		1,848.43		1,933.46		2,022.40
Mano de Obra Directa		9,903.47		10,953.24		12,114.28		13,398.40		14,818.63
Mano de Obra Indirecta	9,903.47		10,953.24		12,114.28		13,398.40		14,818.63	
TOTAL COSTO PRIMO	9,903.47	25,601.70	10,953.24	27,373.59	12,114.28	29,289.97	13,398.40	31,364.16	14,818.63	33,610.82
COSTOS DE PRODUCCIÓN										
Depreciación de Construcción	1,140.00		1,140.00		1,140.00		1,140.00		1,140.00	
Depreciación de Vehículo	2,160.00		2,160.00		2,160.00		2,160.00		2,160.00	
Depreciación de Maquinaria y equipo	184.05		184.05		184.05		184.05		184.05	
Depreciación de Equipo de oficina	18.40		18.40		18.40		18.40		18.40	
Depreciación de Equipo de computaci	333.33		333.33		333.33		333.33		333.33	
Depreciación de Muebles y enseres	126.24		126.24		126.24		126.24		126.24	
Energía Eléctrica	960.00		1,004.16		1,050.35		1,098.67		1,149.21	
Teléfono	240.00		251.04		262.59		274.67		287.30	
Agua Potable	360.00		376.56		393.88		412.00		430.95	
Amortización de activos diferidos	310.68		310.68		310.68		310.68		310.68	
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	5,832.70		5,904.46		5,979.52		6,058.03		6,140.16	
COSTOS DE OPERACIÓN										
COSTOS ADMINISTRATIVOS										
Sueldos y salarios	12,449.40		13,769.03		15,228.55		16,842.78		18,628.11	
Suministros de oficina	76.80		80.33		84.03		87.89		91.94	
Útiles de aseo	93.75		98.06		102.57		107.29		112.23	
Indumentaria industrial		214.00		223.84		234.14		244.91		256.18
Total Costos Administrativos	12,619.95	214.00	13,947.43	223.84	15,415.15	234.14	17,037.96	244.91	18,832.28	256.18
COSTOS DE VENTAS										
Publicidad	120.00		125.52		131.29		137.33		143.65	
Combustibles y lubricantes	2,672.00		2,794.91		2,923.48		3,057.96		3,198.62	
Total Costos de Ventas	2,792.00		2,920.43		3,054.77		3,195.29		3,342.27	
FINANCIEROS										
Intereses por préstamo	2,076.67		1,639.48		1,202.28		765.09		327.90	
Total Costos Financieros	2,076.67		1,639.48		1,202.28		765.09		327.90	
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	17,488.62		18,507.34		19,672.21		20,998.34		22,502.45	
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	33,224.79	25,815.70	35,365.04	27,597.43	37,766.01	29,524.11	40,454.78	31,609.07	43,461.23	33,866.99

Fuente: Estudio de Costos

Elaboración: Las Autoras

6.3.5. COSTO E INGRESOS

Corresponde al valor que fija el expendedor para la venta en las condiciones en las que habitual y ordinariamente se realiza una transacción, obteniendo la cantidad de dinero que la empresa logra de la venta de bienes y servicios en un período determinado.

Cuadro # 52

COSTOS E INGRESOS							
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5		
Capacidad utilizada	10,400.00	15,000.00	23,000.00	32,000.00	39,000.00		
Número de productos	129,956.04	187,832.58	288,009.96	400,709.51	488,364.72		
COSTO DE PRODUCCIÓN							
Costo Primo	35,505.17	38,326.83	41,404.25	44,762.56	48,429.44		
Costo de Producción	5,832.70	5,904.46	5,979.52	5,724.70	5,806.83		
TOTAL COSTO PRODUCCIÓN	41,337.87	44,231.29	47,383.77	50,487.26	54,236.27		
COSTO DE OPERACIÓN							
Costos Administrativos	12,833.95	14,171.27	15,649.29	17,282.87	19,088.45		
Costo de Ventas	2,792.00	2,920.43	3,054.77	3,195.29	3,342.27		
Costo Financieros	2,076.67	1,639.48	1,202.28	765.09	327.90		
Capital Financiero	4,371.94	4,371.94	4,371.94	4,371.94	4,371.94		
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	22,074.56	23,103.12	24,278.29	25,615.20	27,130.56		
TOTAL COSTOS	63,412.43	67,334.41	71,662.06	76,102.46	81,366.83		
Costo unitario	costo total	63412.43	0.49	0.36	0.25	0.19	0.17
	% Utilidad	2%	28%	50%	62%	67%	
		0.01	0.14	0.25	0.31	0.33	
Precio V. Unit	costo unt + utld	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	
Ingreso anual	# productos x pvu	64,978.02	93,916.29	144,004.98	200,354.76	244,182.36	

Fuente: Estudio de Costos

Elaboración: Las Autoras

6.3.6. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Es uno de los Estados Financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos u los gastos durante un ejercicio, clasificándolos de acuerdo con los principales operaciones del negocio, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en la operaciones realizadas. Los respectivos cálculos se muestran en el cuadro siguiente, en donde del total de ingresos, se deducen los costos correspondientes de producción y de operación, luego el 15% de reparto de utilidades a los trabajadores, seguido el 25% de impuesto a la renta y

finalmente el 10% de reservas legales; luego se obtiene la utilidad neta de cada año. El estado de Pérdidas y Ganancias se demuestran en el cuadro siguiente.

Cuadro # 53
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

	DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	Ingreso por ventas	64,978.02	93,916.29	144,004.98	200,354.76	244,182.36
-	Costos de Producción	41,337.87	44,231.29	47,383.77	50,487.26	54,236.27
	Utilidad Bruta	23,640.15	49,685.01	96,621.21	149,867.50	189,946.09
-	Costos de Operación	22,074.56	23,103.12	24,278.29	25,615.20	27,130.56
=	Utilidad Neta	1,565.59	26,581.88	72,342.92	124,252.30	162,815.53
-	15% utilidad a trabajadores	234.84	3,987.28	10,851.44	18,637.85	24,422.33
=	Utilidad antes de Imp. a la renta	1,330.75	22,594.60	61,491.48	105,614.46	138,393.20
-	25% Impuesto a la renta	332.69	5,648.65	15,372.87	26,403.61	34,598.30
=	Utilidad antes de la Reserva Lega	998.06	16,945.95	46,118.61	79,210.84	103,794.90
-	Reserva Legal 10%	99.81	1,694.60	4,611.86	7,921.08	10,379.49
=	Utilidad líquida del ejercicio	898.26	15,251.36	41,506.75	71,289.76	93,415.41

Fuente: Estudio de Costos

Elaboración: Las Autoras

6.3.7. PUNTO DE EQUILIBRIO

El Punto de Equilibrio sirve para determinar el volumen mínimo de ventas que la empresa debe realizar para no perder ni ganar, es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender determinado producto. Para nuestro proyecto se lo realizará en función de las ventas y de la capacidad instalada y se utilizan las siguientes fórmulas:

Cuadro # 54

DATOS

COSTO VARIABLE	25.815,70
COSTO FIJO	33.224,79
VENTAS TOTALES	64.978,02

RESULTADOS

COSTO TOTAL	59.040,49
P.E CAPAC. INST	84,84
P.E VENTAS	55.126,49

$$CT = CV + CF$$

$$64978,02 = 25815,70 + 33224,79$$

➤ **En Función de las Ventas Año #2012**

$$PE_v = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

$$PE = \frac{33224,79}{1 - \left(\frac{25815,70}{64978,02}\right)}$$

$$PE = \text{USD. } 55126.49$$

Para que la empresa no tenga ni pérdidas ni ganancias debe vender en el año 2012 **USD 55.126,49.**

➤ **En Función de la Capacidad Instalada Año #2012**

$$PE_{cf} = \left(\frac{CF}{VT - CV} \right) * 100$$

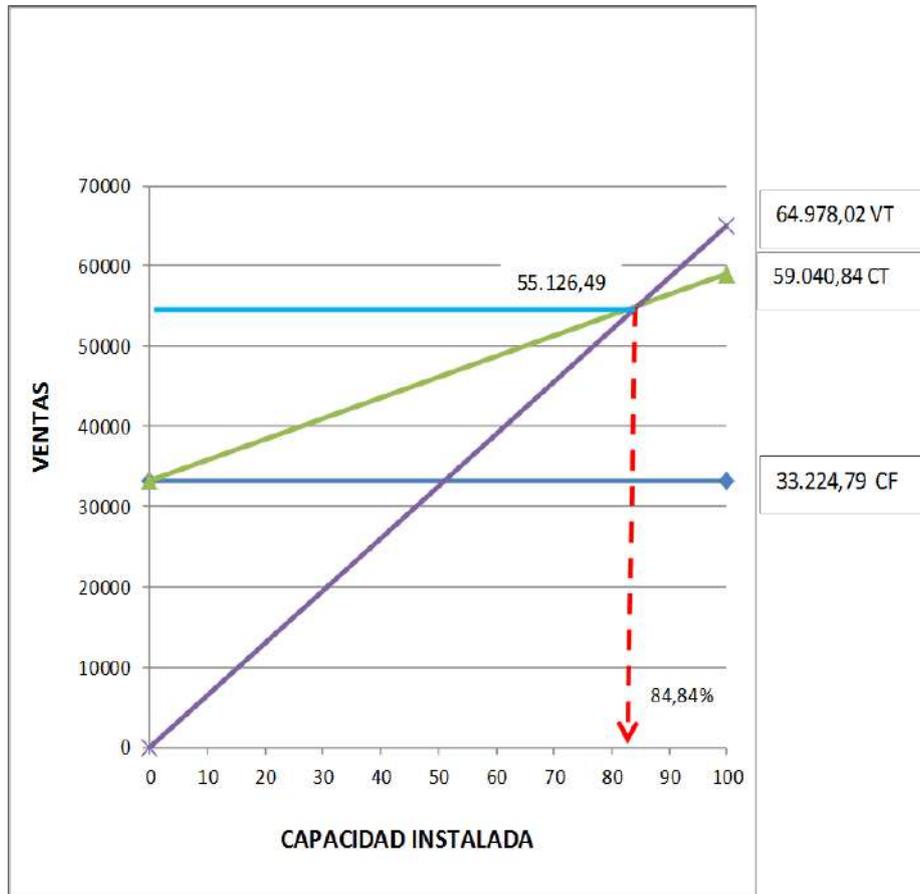
$$PE = \frac{33224,79}{64978,02 - 25815,70} * 100$$

$$PE = 84,84\%$$

El porcentaje de la capacidad instalada que se debe utilizar para que la empresa encuentre un punto de equilibrio es de 84,84%

GRÀFICO # 19

PRIMER AÑO



Cuadro # 55

DATOS

COSTO VARIABLE	33.866,99
COSTO FIJO	43.461,23
VENTAS TOTALES	244.182,36

RESULTADOS

COSTO TOTAL	77.328,23
P.E CAPAC. INST	20,66
P.E VENTAS	50.459,78

$$CT = CV + CF$$

$$244182,36 = 33866,99 + 43461,23$$

➤ **En Función de las Ventas Año #2016**

$$PE_v = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

$$PE = \frac{43461,23}{1 - \left(\frac{33866,99}{244182,36}\right)}$$

$$PE = \text{USD. } 50459,78$$

Para que la empresa no tenga ni pérdidas ni ganancias debe vender en el año 2016 **USD 50. 459,78**

➤ **En Función de la Capacidad Instalada Año #2016**

$$PE_{cr} = \left(\frac{CF}{VT - CV}\right) * 100$$

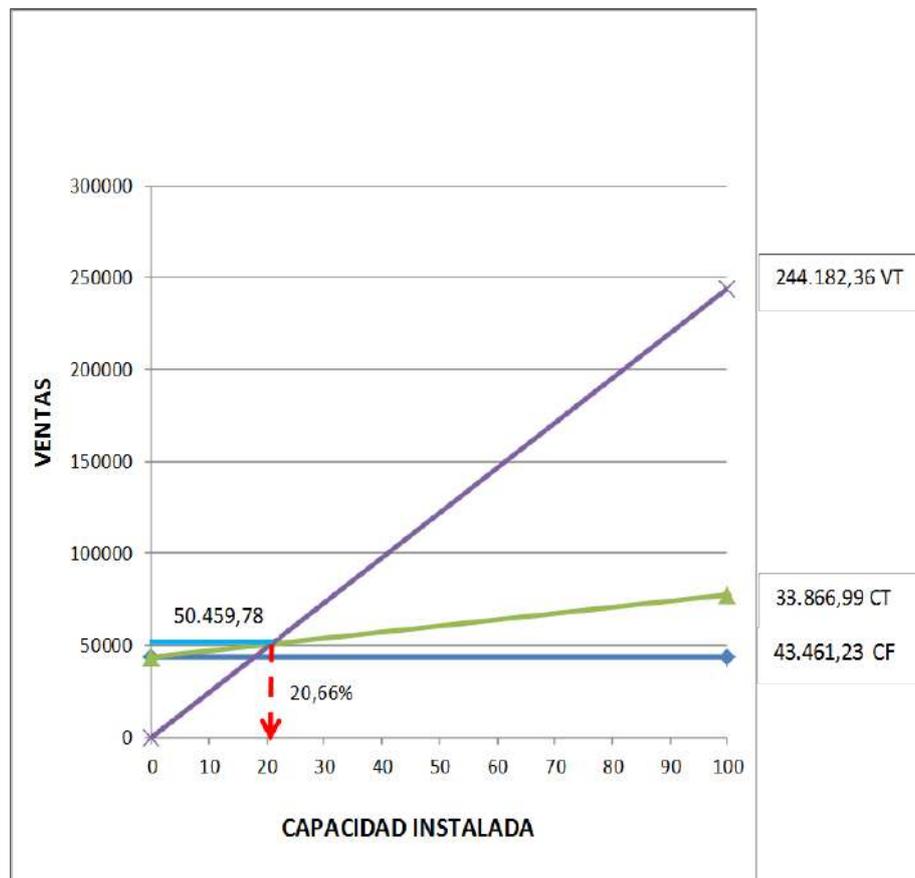
$$PE = \frac{43461,23}{244182,36 - 33866,99} * 100$$

$$PE = 20,66\%$$

El porcentaje de la capacidad instalada que se debe utilizar para que la empresa encuentre un punto de equilibrio es de 20,66%.

GRÁFICO # 20

QUINTO AÑO



6.3.8. EVALUACIÓN FINANCIERA

En una evaluación de proyectos siempre se produce información para la toma de decisiones, por lo cual también se le puede considerar como una actividad orientada a mejorar la eficacia de los proyectos en relación con sus fines, además de promover mayor eficiencia en la asignación de recursos. Es decir, se intenta conocer qué tanto un proyecto ha logrado cumplir sus objetivos o bien qué tanta capacidad poseería para cumplirlos.

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. Para su cálculo no se incluyen como egresos las depreciaciones ni las amortizaciones. El flujo de caja para el proyecto se representa en el cuadro siguiente.

Cuadro # 56

FLUJO DE CAJA

DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ventas		64,978.02	93,916.29	144,004.98	200,354.76	244,182.36
Crédito Banco de Fomento	21,859.70					
Capital propio	51,005.97					
Valor de residual						4,485.30
Total de ingresos	72,865.67	64,978.02	93,916.29	144,004.98	200,354.76	248,667.66
EGRESOS						
Activo Fijo	62,944.21					
Activo Diferido	1,553.38					
Activo Circulante	8,368.08					
Reinversión equipo de computación					1,600.00	
Presupuesto de Producción		41,337.87	44,231.29	47,383.77	50,487.26	54,236.27
Presupuesto de operación		22,074.56	23,103.12	24,278.29	25,615.20	27,130.56
Depreciación y Amortizac.		3,962.02	3,962.02	3,962.02	3,962.02	3,962.02
15% Utilidad a los trab		234.84	3,987.28	10,851.44	18,637.85	24,422.33
25% Impuesto a la Renta		332.69	5,648.65	15,372.87	26,403.61	34,598.30
Amortización de Capital		4,371.94	4,371.94	4,371.94	4,371.94	4,371.94
Total de egresos	72,865.67	64,389.87	77,380.26	98,296.29	123,153.83	140,797.38
FLUJO DE CAJA	0.00	588.15	16,536.03	45,708.70	77,200.93	107,870.28

Fuente: Estudio de Costos

Elaboración: Las Autoras

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El valor actual neto es una medida de los excesos o pérdidas en los flujos de caja, todo llevado al valor presente (el valor real del dinero cambia con el tiempo). Es una de las metodologías estándar que se utilizan para la evaluación de proyectos.

Para realizar este cálculo fue necesario aplicar las siguientes fórmulas:

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

$$VAN = 122,996,33 - 72865,67$$

$$VAN = 50130,66 //$$

Con el valor obtenido nos demuestra que nuestro proyecto es aceptado, es decir el valor de la empresa aumentará.

Cuadro # 57

VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	FLUJOS NETOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUALIZADO
0	72,865.67	19.00%	
1	588.15	0.840336134	494.24
2	16,536.03	0.706164819	11,677.17
3	45,708.70	0.593415814	27,124.26
4	77,200.93	0.498668751	38,497.69
5	107,870.28	0.419049371	45,202.97
			122,996.33
			72,865.67
			50,130.66

$$VAN = \text{ValorActualizado} - \text{Inversión}$$

VAN

Fuente: Estudio de Costos

Elaboración: Las Autoras

$$FA = \% \text{CapitalPropia}(\text{Costade.Oportunidad}) + \text{CapitalAjeno}(\text{Tasade.InterésAnual})$$

$$FA = 70\%(20,39) + 30\%(15,91)$$

$$19\%$$

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento TMAR

$$TMAR = I + F (I * F).$$

DONDE:

“**I = Premio al riesgo** = Ganancia que espera recibir el inversionista, (puede ser mayor o igual a la tasa de interés activa = 15,91¹) + Riesgo país.

I = Tasa de interés activa (interés que podría cobrarle a la empresa) + riesgo país (1000 puntos = 1%)

$I = 15,91\%$ (tasa de interés activa real que el banco cobra al sector de consumo) + Riesgo País

Riesgo país = 722 puntos = $0,722\%^2$

$I = 15,91\% + 0,722\% = \mathbf{16,63\%}$

F = Inflación anual = 4,88% (septiembre de 2012)

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento TMAR

TMAR =	I + F + IF
I =	Porcentaje, premio al riesgo = 16,63%
f =	tasa de inflación anual = 4,88%
TMAR =	22,32%

Financiamiento	% Finac.	TMAR	TMAR global
Capital Propio	70,00%	22,32%	15,62%
Capital Externo	30,00%	15,91%	4,77%
		i =	20,39%

Interpretación.- La tasa mínima aceptable de rendimiento muestra que, la tasa (i) al ejecutar este proyecto, se recomienda que al menos debe arrogar como retribución económica, una $TMAR = I = 20,50\%$ ¹⁰

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL (PRC)

El periodo de recuperación del capital es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un Indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

¹⁰ Revista gestión, abril 2012, pág. 82. Tasa de interés activa para el sector de consumo.

¹¹ Riesgo país, mayo 07 de 2012, http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais

Cuadro # 58
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

AÑOS	FLUJOS NETOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJO ACTUALIZADO
0	72,865.67		
1	588.15	0.840336134	494.24
2	16,536.03	0.706164819	11,677.17
3	45,708.70	0.593415814	27,124.26
4	77,200.93	0.498668751	38,497.69
5	107,870.28	0.419049371	45,202.97
			122,996.33

Fuente: Estudio de Costos

Elaboración: Las Autoras

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

CUARTO AÑO	3.87	3	AÑOS
77793.36	10.46	10	MESES

Para el cálculo del periodo de recuperación de capital de nuestro proyecto se procedió a la aplicación de la siguiente fórmula:

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \Sigma \text{de los primeros flujos}}{\text{Flujo neto del año que supera la inversión}}$$

$$PRC = + \frac{72865,67 - 77793,36}{38497,69}$$

$$PRC = 3,87$$

RELACIÓN BENEFICIO COSTO (RBC)

El análisis de costo – beneficio es una técnica importante dentro del ámbito de la teoría de la decisión. Pretende determinar la conveniencia de un proyecto mediante la enumeración y valoración posterior en términos monetarios de todos los costos y beneficios derivados directa e indirectamente de dicho proyecto.

En el presente proyecto para determinar esta relación es necesario aplicar la siguiente fórmula:

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

$$RBC = \frac{267815,53}{194519,95}$$

$$RBC = 1,38$$

Lo que significa que la relación beneficio costo (1,38) es mayor a 1; esto quiere decir que por cada dólar invertido se recibirá USD.0, 38 de utilidad.

Cuadro # 59
RELACIÓN BENEFICIO COSTO

AÑOS	INGRESO ORIGINAL	EGRESO ORIGINAL	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	64,978.02	64,389.87	0.735294118	47,777.95	47,345.50
2	93,916.29	77,380.26	0.540657439	50,776.54	41,836.21
3	144,004.98	98,296.29	0.397542235	57,248.06	39,076.93
4	200,354.76	123,153.83	0.292310467	58,565.79	35,999.15
5	248,667.66	140,797.38	0.214934167	53,447.18	30,262.17
				267,815.53	194,519.95

Fuente: Estudio de Costos

Elaboración: Las Autoras

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

$$RBC = 1.38$$

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La Tasa Interna de Retorno como la tasa de descuento que da al proyecto un valor actual neto de los flujos, en otras palabras es aquella que iguala el valor presente de los flujos de efectivo con la inversión inicial. En términos más financieros la TIR es la tasa de interés que los flujos del proyecto pagan por la inversión realizada.

Para el cálculo de la TIR se debe proceder a intercalar hasta encontrar el interés más apropiado y conseguir que estos se igualen o aproximen. La fórmula a utilizarse es la siguiente:

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

$$TIR = 36,00 + 1 \left(\frac{429,90}{429,90 - (-586,38)} \right)$$

$$TIR = 36,21\%$$

Para nuestro proyecto la tasa interna de retorno es de 36,21%, esto significa que es ejecutable puesto que sobre pasa el costo de oportunidad.

Cuadro # 60
TASA INTERNA DE RETORNO

AÑOS	FLUJOS NETOS	ACTUALIZACIÓN			
		FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
0	72,865.67	36.00%		36.50%	
1	588.15	0.735294118	432.46	0.732600733	430.88
2	16,536.03	0.540657439	8,940.33	0.536703833	8,874.95
3	45,708.70	0.397542235	18,171.14	0.393189622	17,972.18
4	77,200.93	0.292310467	22,566.64	0.288051005	22,237.80
5	107,870.28	0.214934167	23,185.01	0.211026377	22,763.47
			73,295.57		72,279.29
			72,865.67		72,865.67
			429.90		- 586.38

$$NTIR = T_m + DT \left(\frac{VAN T_m}{VAN T_m - VAN TM} \right)$$

TIR= 36.21%

Fuente: Estudio de Costos

Elaboración: Las Autoras

DT	=	Diferencia de Tasa
TIR	=	Tasa Interna de Retorno
VAN	=	Valor Actual Neto
T _m	=	Tasa Menor de Descuento para la Actualización
T _M	=	Tasa Mayor

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El Análisis de Sensibilidad, facilita el estudio de los resultados de un proyecto, puesto que indica el grado de riesgo que se pueda presentar en su trayectoria, para luego ver las posibilidades de cambiar o modificar de acuerdo a las circunstancias cambiantes de cada una de las variables que intervienen en el mismo.

Las variables propensas a cambios son los costos y los ingresos, esto se da debido a la cambiante situación económica de nuestro país. Por esta razón se decidió trabajar considerando la inflación con el fin de acercar el estudio a la realidad.

Cuadro # 61

Análisis de Sensibilidad con el Incremento del 9,90% en los Costos								
AÑOS	COSTO ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
0	72.865,67	9,90%			26,50%		27,00%	
1	64.389,87	70.764,47	64.978,02	- 5.786,45	0,790513834	- 4.574,27	0,787401575	- 4.556,26
2	77.380,26	85.040,90	93.916,29	8.875,39	0,624912122	5.546,34	0,620001240	5.502,75
3	98.296,29	108.027,62	144.004,98	35.977,36	0,494001677	17.772,88	0,488189953	17.563,79
4	123.153,83	135.346,06	200.354,76	65.008,70	0,390515160	25.386,88	0,384401538	24.989,44
5	140.797,38	154.736,32	248.667,66	93.931,34	0,308707636	28.997,32	0,302678376	28.430,99
Fuente: Estudio de Costos						73.129,15		71.930,71
Elaboracion: Las Autoras						72.865,67		72.865,67
						263,48		- 934,97

$$NTIR = T_m + DT \left(\frac{VAN_{Tm}}{VAN_{Tm} - VAN_{TM}} \right)$$

26,61%

$$TIRR = TIRO - NTIR$$

9,60%

$$\%V = \left(\frac{TIRR}{TIRO} \right) \times 100$$

26,52%

$$S = \left(\frac{\%V}{NIR} \right)$$

0,996443

El cálculo de sensibilidad de un Proyecto se lo hace en base al siguiente procedimiento:

% INCREMENTO	9,90%
Tm	26,50%
TM	27,00%

NUEVA TIR

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

$$TIR = 27,00\% + 1 \left(\frac{263,48}{263,48 - (-934,97)} \right)$$

$$TIR = 26,61\%$$

1) TIR RESULTANTE

$$TIR = TIR O - NTIR$$

$$TIR = 36,21 - 26,61$$

$$TIR = 9,60\%$$

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

$$\%V = \left(\frac{TIR R}{TIR O} \right) * 100$$

$$\%V = \left(\frac{9,60}{36,21} \right) * 100$$

$$\%V = 26,52$$

3) VALOR DE SENSIBILIDAD

$$S = \left(\frac{\%V}{NTIR} \right)$$

$$S = \left(\frac{26,52}{26,61} \right)$$

$$S = 0,996443262//$$

El análisis de sensibilidad con el aumento de 9,90% en los costos es igual a 0,99 que es menor a 1 lo que quiere decir que nuestro proyecto no es sensible a tal aumento.

Cuadro # 62

Análisis de Sensibilidad con la disminución del 7,05% en los ingresos								
AÑOS	COSTO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACCTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
0	72.865,67		7,05%		26,50%		27,00%	
1	64.389,87	64.978,02	60.397,07	- 3.992,81	0,7905138340	- 3.156,37	0,7874015748	- 3.143,94
2	77.380,26	93.916,29	87.295,19	9.914,93	0,6249121217	6.195,96	0,6200012400	6.147,27
3	98.296,29	144.004,98	133.852,63	35.556,34	0,4940016773	17.564,89	0,4881899528	17.358,25
4	123.153,83	200.354,76	186.229,75	63.075,91	0,3905151599	24.632,10	0,3844015376	24.246,48
5	140.797,38	248.667,66	231.136,59	90.339,21	0,3087076363	27.888,40	0,3026783761	27.343,73
Fuente: Estudio de Costos						73.124,99		71.951,79
Elaboracion: Las Autoras						72.865,67		72.865,67
						259,32		- 913,89

$$\square \quad NTIR = T_m + DT \left(\frac{VANT_m}{VANT_m - VAN_{TM}} \right) \quad 26,61\%$$

$$\square \quad TIRR = TIRO - NTIR \quad 9,60\%$$

$$\square \quad \%V = \left(\frac{TIRR}{TIRO} \right) \times 100 \quad 26,51\%$$

$$\square \quad S = \left(\frac{\%V}{NIR} \right) \quad 0,996359$$

Para el cálculo del Análisis de Sensibilidad con la disminución en los ingresos se hace el siguiente procedimiento:

% DISMINUCIÓN	7,05%
Tm	26,50%
TM	27,00%

NUEVA TIR

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

$$TIR = 27,00\% + 1 \left(\frac{259,32}{259,32 - (-913,89)} \right)$$

$$TIR = 26,61\%$$

1) TIR RESULTANTE

$$TIR = TIR O - NTIR$$

$$TIR = 36,21 - 26,61$$

$$TIR = 9,60\%$$

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

$$\%V = \left(\frac{TIR R}{TIR O} \right) * 100$$

$$\%V = \left(\frac{9,60}{36,21} \right) * 100$$

$$\%V = 26,51$$

3) VALOR DE SENSIBILIDAD

$$S = \left(\frac{\%V}{NTIR} \right)$$

$$S = \left(\frac{26,51}{26,61} \right)$$

$$S = 0,996359$$

El análisis de sensibilidad con la disminución del 7,05% en los ingresos es igual a 0,99 que es menor a 1 lo que quiere decir que nuestro proyecto no es sensible a tal disminución.

7. CONCLUSIONES

De acuerdo con los resultados obtenidos en el estudio se determinaron aspectos de gran importancia, que permiten llegar a las siguientes conclusiones:

1. Existe un potencial muy amplio de mercado en los cantones que se pretende comercializar el producto ya que en ellos no existe producción a gran escala.
2. En el Estudio de Mercado, se ha determinado una demanda insatisfecha promedio **1.219,079** libras de maní confitado, para la vida útil del proyecto de la cual se pretende satisfacer el **82.71%**.
3. De acuerdo con el Estudio Técnico se estableció una capacidad de producción de **10.400** libras, ello es equivalente al 16,52% de la capacidad instalada.
4. Para la ejecución del proyecto se requiere de una inversión de **72.865,67** dólares, de los cuales el **70%** será financiado por los accionistas que formaran la empresa.
5. En la Evaluación Financiera se establece la factibilidad del proyecto, en base a los siguientes indicadores: Valor actual Neto de **50.130,66**; la tasa Interna de Retorno es de **36.21%**; el análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta hasta un **9,90%** de incremento en los costos y un **7,05%** de disminución en los ingresos; la Relación Beneficio Costo es **1,38** lo que indica que por cada unidad invertida se obtiene 0,38 de utilidad; el Periodo de Recuperación del Capital es de 3 años y 10 meses si las condiciones se dan conforme se plantea el proyecto.

8. RECOMENDACIONES

La presente investigación hace posible que se sugiera algunas recomendaciones que contribuirán al desarrollo de la pequeña industria en la región, las mismas que sintetizamos de la siguiente manera:

1. Que se promocióne la constitución de la empresa propuesta, ya que permitirá el aprovechamiento de materia prima existente.
2. Debería aprovecharse las condiciones crediticias que ofertan las instituciones como la Corporación Financiera Nacional y Banco Nacional de Fomento, la vigencia de la ley 136 para el Fomento de la Producción en la Provincia de Loja.
3. Otro aspecto fundamental es la apertura de los organismos no gubernamentales de desarrollo como el FEPP, a las actividades productivas que permitan generar fuentes de trabajo a nivel local.
4. Para el manejo de la empresa debe recurrirse a la utilización de personal calificado que si existe en el cantón, para de esta forma evitar el éxodo poblacional.

9. BIBLIOGRAFIA

<http://www.fepp.org.ec/index.php?id=9>

<http://www.fepp.org.ec/index.php?id=18>

<http://www.fepp.org.ec/index.php?id=24>

<http://www.fepp.org.ec/index.php?id=25>

<http://www.fepp.org.ec/index.php?id=26>

www.nutricionanimal.bioiberica.com

MELNICK, Julio, Manual de proyecto de desarrollo económico, Naciones Unidas, México, 1988

SAPAGCHAIN, Nassir, Reinaldo, preparación y Evaluación de Proyectos, Chile, 1988

ROSENBERG, J.M., Diccionario de administración y Finanzas, Centrum, Barcelona España, 1988

MARDING, M.A., Dirección de la Producción, Biblioteca para dirección de Empresas.

10. ANEXOS



ENCUESTA APLICADA AL USUARIO

Solicito de la manera más comedida a usted, se digne dar contestación al presente formulario de preguntas, el mismo que nos servirá para la obtención de datos para la realización de nuestro proyecto de tesis titulado **“Proyecto de Factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de confitería en base a maní para la Provincia de Loja, con materia prima de los productores de los Cantones Paltas y Célica beneficiarios del Grupo Social FEP”**, ya que este proyecto será un aporte para el Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio (FEPP), dedicados a apoyar las organizaciones y asociaciones campesinas de los cantones de la provincia de Loja y, tratando de generar un mejor nivel de vida para el campesino y agricultor. Anticipándole desde ya nuestros sinceros agradecimientos.

1.- En su familia consumen algún producto derivado del maní?

SI ()

NO ()

Si su respuesta es negativa por favor pasar a la pregunta 7

Cuales:

- Maní con sal ()
- Maní dulce ()
- Maní con ajonjolí ()
- Maní con coco ()
- Pasta de maní ()
- Maní con miel ()
- Mantequilla de maní ()

Otros-----

2.- Con qué frecuencia y cantidad compra usted maní confitado?

Cantidad	Frecuencia			
	Diario	Semanal	Quincenal	Mensual
35 gramos				
50 gramos				
½ libra				
1 libra				

3.- En qué lugar adquiere usted el maní confitado?

- Mercado ()
- Supermercados ()
- Tienda de Barrio ()

4.- En qué presentación adquiere actualmente el producto?

- Funda plástica ()
- Tarrina plástica ()

5.- Conoce la existencia de empresas que se dediquen a la producción y comercialización de maní confitado en la provincia de Loja?

SI ()

NO ()

Cuáles -----

6.- Qué tipo de promoción conoce o han recibido por parte de las empresas que ofrecen este producto?

- Descuentos ()
- Degustaciones ()

Otros -----

7.- Si en la Ciudad de Loja se implementara una empresa de producción y comercialización de maní confitado. Apoyaría la inversión?

SI ()

NO ()

8.- Mantendría la frecuencia de compra si mejoraría el producto?

SI ()

NO ()

9.- En qué otra presentación le gustaría adquirir el producto?

➤ Papel ()

Otros -----

10.-Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar?

\$ 0.30-0.40 () 35 gramos ()

\$ 0.41-0.55 () 50 gramos ()

\$ 0.56-1.00 () ½ libra ()

\$ 1.01-1.55 () 1 libra ()

\$ 1.56-2.00 () Más de 1 libra ()

11.- Qué medios de comunicación usted escucha, lee o ve frecuentemente?

Medios de comunicación:

Cuál

✓ Radio () -----
 ✓ Televisión () -----
 ✓ Prensa () -----
 ✓ Otros () -----

DEPRECIACIONES

CUADRO # 63

DEPRECIACIÓN CONSTRUCCIÓN 5% ANUAL				
AÑOS	DEPR. ANUAL	V. RESIDUAL	DEPR. ACUM.	V/LIBROS
0	-	1.200,00	-	24.000,00
1	1.140,00		1.140,00	22.860,00
2	1.140,00		2.280,00	21.720,00
3	1.140,00		3.420,00	20.580,00
4	1.140,00		4.560,00	19.440,00
5	1.140,00		5.700,00	18.300,00
6	1.140,00		6.840,00	17.160,00
7	1.140,00		7.980,00	16.020,00
8	1.140,00		9.120,00	14.880,00
9	1.140,00		10.260,00	13.740,00
10	1.140,00		11.400,00	12.600,00
11	1.140,00		12.540,00	11.460,00
12	1.140,00		13.680,00	10.320,00
13	1.140,00		14.820,00	9.180,00
14	1.140,00		15.960,00	8.040,00
15	1.140,00		17.100,00	6.900,00
16	1.140,00		18.240,00	5.760,00
17	1.140,00		19.380,00	4.620,00
18	1.140,00		20.520,00	3.480,00
19	1.140,00		21.660,00	2.340,00
20	1.140,00		22.800,00	1.200,00

% CONSTRUCCIÓN :5%

C/ UNITARIO:24000

AÑOS DE VIDA UTIL: 20 AÑOS

CUADRO # 64

DEPRECIACIÓN VEHICULO 10 % ANUAL				
AÑOS	DEPR. ANUAL	V. RESIDUAL	DEPR. ACUM.	V/LIBROS
0	-	2.400,00	-	24.000,00
1	2.160,00		2.160,00	21.840,00
2	2.160,00		4.320,00	19.680,00
3	2.160,00		6.480,00	17.520,00
4	2.160,00		8.640,00	15.360,00
5	2.160,00		10.800,00	13.200,00
6	2.160,00		12.960,00	11.040,00
7	2.160,00		15.120,00	8.880,00
8	2.160,00		17.280,00	6.720,00
9	2.160,00		19.440,00	4.560,00
10	2.160,00		21.600,00	2.400,00

% VEHICULO :10%

C/ UNITARIO: 24.000,00

AÑOS DE VIDA UTIL: 10 AÑOS

CUADRO # 65

DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO 10% ANUAL				
AÑOS	DEPR. ANUAL	V. RESIDUAL	DEPR. ACUM.	V/LIBROS
0	-	204,50	-	2.045,00
1	184,05		184,05	1.860,95
2	184,05		368,10	1.676,90
3	184,05		552,15	1.492,85
4	184,05		736,20	1.308,80
5	184,05		920,25	1.124,75
6	184,05		1.104,30	940,70
7	184,05		1.288,35	756,65
8	184,05		1.472,40	572,60
9	184,05		1.656,45	388,55
10	184,05		1.840,50	204,50

% MAQUINARIA Y EQUIPO :10%

C/ UNITARIO: 2025

AÑOS DE VIDA UTIL: 10 AÑOS

CUADRO # 66

DEPRECIACIÓN EQUIPO DE OFICINA 20% ANUAL				
AÑOS	DEPR. ANUAL	V. RESIDUAL	DEPR. ACUM.	V/LIBROS
0	-	23,00	-	115,00
1	18,40		18,40	96,60
2	18,40		36,80	78,20
3	18,40		55,20	59,80
4	18,40		73,60	41,40
5	18,40		92,00	23,00

% EQUIPO DE OFICINA :20%

C/ UNITARIO: 115

AÑOS DE VIDA UTIL: 5 AÑOS

CUADRO # 67

DEPRECIACIÓN EQUIPO DE COMPUTACIÓN 33,33% ANUAL				
AÑOS	DEPR. ANUAL	V. RESIDUAL	DEPR. ACUM.	V/LIBROS
0	-	500,00		1.500,00
1	333,33		333,33	1.166,67
2	333,33		666,67	833,33
3	333,33		1000,00	500,00

% EQUIPO DE OFICINA :33,33%

C/ UNITARIO: 1500

AÑOS DE VIDA UTIL: 3 AÑOS

CUADRO # 68

DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES 20% ANUAL				
AÑOS	DEPR. ANUAL	V. RESIDUAL	DEPR. ACUM.	V/LIBROS
0	-	157,80		789,00
1	126,24		126,24	662,76
2	126,24		252,48	536,52
3	126,24		378,72	410,28
4	126,24		504,96	284,04
5	126,24		631,20	157,80

% MUEBLES Y ENSERES :20%

C/ UNITARIO: 789

AÑOS DE VIDA UTIL: 5 AÑOS

CUADRO # 69

DEPRECIACIONES	
Construcciones	1.140,00
Vehículo	2.160,00
Maquinaria y Equipo	184,05
Equipo de oficina	18,40
Equipo de computación	333,33
Muebles y enseres	126,24
TOTAL	3.962,02

CUADRO # 70

VALOR RESIDUAL	
Construcciones	1.200,00
Vehículo	2.400,00
Maquinaria y Equipo	204,50
Equipo de oficina	23,00
Equipo de computación	500,00
Muebles y enseres	157,80
TOTAL	4.485,30

PROYECCIONES

El porcentaje de proyección de la Materia prima directa, Materiales Indirectos, Agua Potable, Energía eléctrica, Servicio Telefónico, Útiles de Aseo, Indumentaria Industrial, Publicidad y Combustibles y Lubricantes fue tomada en base a la tasa de inflación la misma que es del 4,6%.

Cuadro # 71

Materia Prima Directa	Materiales Indirectos	
PROYECCION (4,6)	Costo Materia Prima directa	Costo de Materiales indirectos
AÑOS		
1	14.008,80	1.689,43
2	14.653,20	1.767,14
3	15.327,25	1.848,43
4	16.032,31	1.933,46
5	16.769,79	2.022,40

Fuente: Cuadro # 34-35

Diseño: Las Autoras

Cuadro # 72

Agua Potable

PROYECCION (4.6 %)	0,046
AÑOS	TOTAL
1	360,00
2	376,56
3	393,88
4	412,00
5	430,95

Fuente: Cuadro # 36

Diseño: Las Autoras

Cuadro # 73

Energía Eléctrica

PROYECCION (4.6 %)	0,046
AÑOS	TOTAL
1	960,00
2	1.004,16
3	1.050,35
4	1.098,67
5	1.149,21

Fuente: Cuadro # 37

Diseño: Las Autoras

Cuadro # 74

Servicio Telefónico

PROYECCION (4.6 %)	0,046
AÑOS	TOTAL
1	240,00
2	251,04
3	262,59
4	274,67
5	287,30

Fuente: Cuadro # 38**Diseño:** Las Autoras**Cuadro # 75**

Útiles de Aseo

PROYECCION (4.6 %)	0,046
AÑOS	TOTAL
1	93,75
2	98,06
3	102,57
4	107,29
5	112,23

Fuente: Cuadro # 39**Diseño:** Las Autoras**Cuadro # 76**

Indumentaria Industrial

PROYECCION (4.6 %)	0,046
AÑOS	TOTAL
1	214,00
2	223,84
3	234,14
4	244,91
5	256,18

Fuente: Cuadro # 40**Diseño:** Las Autoras**Cuadro # 77**

Publicidad

PROYECCION (4.6 %)	0,046
AÑOS	TOTAL
1	120,00
2	125,52
3	131,29
4	137,33
5	143,65

Fuente: Cuadro # 41**Diseño:** Las Autoras

Cuadro # 78

Combustibles y Lubricantes

PROYECCION (4.6 %)	0,046
AÑOS	TOTAL
1	2.672,00
2	2.794,91
3	2.923,48
4	3.057,96
5	3.198,62

Fuente: Cuadro # 42**Diseño:** Las Autoras

La Mano de Obra Directa, Indirecta y los Sueldos y Salarios fue proyectada en base a la tasa de crecimiento salarial del año anterior el cual es del 10,6%

Cuadro # 79

Mano de Obra Directa

PROYECCION (10.6 %)	0,106
AÑOS	TOTAL
1	9.903,47
2	10.953,24
3	12.114,28
4	13.398,40
5	14.818,63

Fuente: Cuadro # 43**Diseño:** Las Autoras**Cuadro # 80**

Mano de Obra Indirecta

PROYECCION (10.6 %)	0,106
AÑOS	TOTAL
1	9.903,47
2	10.953,24
3	12.114,28
4	13.398,40
5	14.818,63

Fuente: Cuadro # 44**Diseño:** Las Autoras

Los suministros de Oficina con el 4,6% Tasa de inflación.

Cuadro # 81

Sueldos y Salarios - Suministros de Oficina

PROYECCION (10.6%); (4.6%)	SUELDOS Y SALARIOS	SUMINISTRO DE OFICINA
AÑOS	0,106	0,046
1	12.449,40	76,80
2	13.769,03	80,33
3	15.228,55	84,03
4	16.842,78	87,89
5	18.628,11	91,94

Fuente: Cuadro # 45-46**Diseño:** Las Autoras

11. INDICE

CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA.....	v
TÍTULO.....	1
RESUMEN.....	2
INTRODUCCION.....	6
REVISION LITERARIA.....	8
MATERIALES Y MÉTODOS.....	24
RESULTADOS.....	29
ESTUDIO DE MERCADO	
Análisis de la Oferta	42
Análisis de la Demanda.....	43
Demanda Real.....	44
Demanda Efectiva.....	46
Demanda Insatisfecha.....	47
Comercialización.....	48
ESTUDIO TECNICO	
Tamaño y Localización.....	51
Capacidad Instalada y Utilizada.....	52
Localización.....	55
Ingeniería del Proyecto.....	59
Distribución de la Planta.....	64
Descripción del Proceso Productivo.....	65

Estructura Organizativa.....	70
Organigrama Estructural.....	72
Organigrama Posicional.....	73
Organigrama Funcional.....	74
Manual de Funciones.....	75

ESTUDIO FINANCIERO

Inversiones.....	82
Financiamiento.....	95
Presupuesto Proformados.....	95
Clasificación de Costos.....	97
Estado de Pérdidas y Ganancias.....	100
Determinación del Punto de Equilibrio.....	101

EVALUACION FINANCIERA

Flujo de Caja.....	106
Valor Actual Neto.....	107
Periodo de Recuperación de Capital.....	108
Relación Beneficio Costo.....	109
Tasa Interna de Retorno.....	110
Análisis de Sensibilidad.....	112

DISCUSION

CONCLUSIONES.....	117
RECOMENDACIONES.....	118
BIBLIOGRAFÍA.....	119

ANEXOS.....	120
ÍNDICE.....	131