

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL
Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

TÍTULO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA
CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
DE BOCADILLO DE GUAYABA EN LA
CIUDAD DE LOJA”.**

Tesis previa a la obtención
del Grado de Ingeniero en
Administración de Empresas

**AUTOR:
EDWIN VINICIO ARMIJOS SUQUILANDA**

**DIRECTOR:
Ing. NEY ALFREDO GALLARDO Mg. Sc.**

LOJA – ECUADOR
2018

Educación
sinónimo de
Libertad



CERTIFICACIÓN

Ing. Ney Alfredo Gallardo Mg.Sc.

**DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.**

CERTIFICA:

Que la presente tesis ha sido culminada en su totalidad, bajo mi guía y dirección, de conformidad al cronograma establecido, presentado por el postulante: EDWIN VINICIO ARMIJOS SUQUILANDA, cuyo tema se titula: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BOCADILLO DE GUAYABA EN LA CIUDAD DE LOJA”**, el mismo que cumple con los requerimientos y normas establecidas por la Universidad Nacional de Loja, para la concesión de grados y títulos, por lo que autorizo su presentación

Loja, mayo de 2018

Atentamente;



Ing. Ney Alfredo Gallardo Mg.Sc

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo **EDWIN VINICIO ARMIJOS SUQUILANDA**, declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja, y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo, a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis, en el repositorio Institucional-Biblioteca virtual.

Autor: EDWIN VINICIO ARMIJOS SUQUILANDA

Firma:  _____

Cédula: 1105107666

Fecha: Loja, julio de 2018

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

Yo, **EDWIN VINICIO ARMIJOS SUQUILANDA**, declaro ser autor de la tesis titulada: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BOCADILLO DE GUAYABA EN LA CIUDAD DE LOJA"** como requisito para optar el grado de: Ingeniero en Administración de Empresas, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los doce días del mes de julio del dos mil dieciocho, firma el autor.

Firma: 
Autor: **EDWIN VINICIO ARMIJOS SUQUILANDA**
Cédula: 1105107666
Dirección: Loja, Peñon del Oeste
e-mail: edwinarmijos1993@gmail.com
Teléfono: 0993380455

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Ney Alfredo Gallardo Mg.Sc

MIEMBROS DEL TRIBUNAL

PRESIDENTE: Ing. Carmen Cevallos Cueva MAE.,
VOCAL: Ing. Juan Román Encalada Orozco MAE.,
VOCAL: Ing. Cesar Neira Hinostroza Mg.Sc.

DEDICATORIA

A Dios.

Por haberme permitido llegar a cumplir esta meta y darme salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mis padres.

Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, Por los ejemplos de perseverancia y constancia que los caracterizan y que me ha infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su infinito amor que me ha empujado a lograr este objetivo.

A mí amada esposa

Por su apoyo y ánimo que me brinda día con día para alcanzar nuevas metas, tanto profesionales como personales.

A mí adorada hija Allyson.

Quien es el motivo principal para cumplir mis objetivos a quien siempre cuidaré para verla hecha persona de bien, capaz y que pueda valerse por sí misma.

Por ustedes y para ustedes, mis triunfos!

EDWIN VINICIO ARMIJOS SUQUILANDA

AGRADECIMIENTO

A quienes me guiaron y colaboraron en el presente trabajo:

En primer lugar, agradezco a Dios y a mis padres Fanny y Augusto por darme la vida y por enseñarme la luz que me guía hacia el sendero de la superación, permitiéndome llegar a culminar una etapa más de mi vida.

A mis amadas esposa e hija por su apoyo incondicional y por ser el soporte en esta etapa de mi vida.

De manera muy especial mi agradecimiento al Ing. Ney Gallardo, director de tesis, por la colaboración, paciencia y entrega brindada en la realización del presente trabajo investigativo, Al personal docente de la Universidad Nacional de Loja especialmente de mi carrera Administración de empresas, que supieron impartir sus conocimientos y con ello el logro de este triunfo, y a todas las personas que de una u otra forma contribuyeron para la culminación de mi carrera universitaria.

a) TÍTULO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
BOCADILLO DE GUAYABA EN LA CIUDAD DE LOJA”**

b) RESUMEN

La siguiente investigación se realizó con la finalidad de aprovechar la oportunidad de negocio que puede brindar la utilización de frutales que son comunes en la zona y que se pueden comercializar generando valor agregado, permitiendo generar emprendimientos y por ende crear fuentes de trabajo, coadyuvando de tal manera a bajar los niveles de pobreza existentes en la ciudad y provincia de Loja, fortaleciendo la economía de la región sur del país.

El objetivo principal de la presente investigación, es conocer la factibilidad de la creación de una empresa de elaboración y comercialización de bocadillo de guayaba en la ciudad de Loja, mediante el cual permitirá ofrecer a sus consumidores un producto elaborado con materias primas de excelente calidad, y así lograr la satisfacción de las necesidades de nuestro mercado objetivo, es decir, las familias de la ciudad de Loja.

Con el fin de alcanzar los objetivos propuestos se aplicaron los métodos más usuales como el método inductivo y deductivo, técnicas e instrumentos que sirvieron para obtener toda la información y de esta manera realizar todos los estudios.

El estudio de mercado realizado en la ciudad de Loja, con una muestra de 381 familias para establecer la demanda y 20 locales comerciales de bocadillos de guayaba para realizar la oferta. Luego de inferir los resultados de la encuesta se obtuvieron los siguientes resultados; la Demanda Potencial en el primer año de 303.672 unidades de 225 gramos; Demanda Real de 110.942 unidades de 225 gramos; Demanda Efectiva de 102.064 unidades de 225 gramos; la Oferta en el primer año 4.626 unidades de 225 gramos; y, la Demanda Insatisfecha de 97.438 unidades de 225 gramos.

El estudio de la capacidad instalada del proyecto determinó que la empresa está en capacidad de producir 2' 717. 624 unidades de bocadillo de guayaba de 225 gramos y cuya capacidad utilizada será de 80.888 envases de 225 gramos de bocadillo de guayaba, de los cuales se producirá en el primer año el 80% de la capacidad utilizada.

La empresa estará ubicada en la ciudad de Loja, en las calles Nicaragua entre Sevilla de oro y Guinea ecuatorial (oeste).

Por otra parte, se desarrolla la ingeniería del proyecto determinando los diagramas de proceso, las características de operatividad, así como también, los requerimientos técnicos como son la maquinaria, equipos, instalaciones, etc.

De igual manera el estudio administrativo determinó la constitución de la empresa como una compañía de responsabilidad limitada y con la estructura orgánica funcional estructurada desde el nivel legislativo, ejecutivo, asesor, auxiliar, operativo, así como los manuales de funciones para cada uno de los puestos de trabajo: gerente, secretaria-contadora, y el personal operativo que está integrado por un obrero.

El proyecto alcanza una inversión de **\$16.771,33** y se financia con aporte personal de **\$11.771,33** y un préstamo que mantendrá el proyecto con el Banco del Ecuador que corresponde a **5.000,00** a 10 años plazo, con pagos semestrales y a una tasa de interés del 10,21%.

La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: el valor actual neto (**VAN**) es de **\$62.829,13 dólares**, el período de recuperación de capital (**PRC**) indica que la

inversión se recupera en 1 año 5 meses y 15 días, lo que resulta conveniente para nuestra empresa; la tasa interna de retorno (TIR) es **71,25%** siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto y los valores de sensibilidad son menores que uno, por lo tanto, no afectan al proyecto los cambios en los costos e ingresos incrementados en **4,58%** y disminuidos en **4,13%**, es decir el proyecto no es sensible a estos cambios.

Finalmente se concluye que el proyecto es factible por los resultados positivos obtenidos en cada uno de los estudios realizados; garantizando al inversionista una buena rentabilidad, por lo que se recomienda poner en ejecución el proyecto para coadyuvar al desarrollo económico de la ciudad de Loja.

ABSTRACT

The following research was carried out with the purpose of taking advantage of the business opportunity that the use of fruit trees that are common in the area can offer and that can be commercialized generating added value, allowing to generate enterprises and therefore create sources of work, contributing in such a way way to lower the existing levels of poverty in the city and province of Loja, strengthening the economy of the southern region of the country.

The main objective of this research is to know the feasibility of creating a guayaba sandwich production and marketing company in the city of Loja, through which it will be able to offer its consumers a product made with excellent quality raw materials, and thus achieve the satisfaction of the needs of our target market, that is, the families of the city of Loja.

In order to achieve the proposed objectives, the most usual methods were applied, such as the inductive and deductive method, techniques and instruments that helped us to obtain all the information and thus carry out all the studies.

The market study carried out in the city of Loja, with a sample of 381 families to establish the demand and 20 commercial stores of guava sandwiches to make the offer. After inferring the results of the survey, the results were obtained. Potential Demand in the first year of 303,672 units of 225 grams, Real Demand of 110,942 units of 225 grams, Effective Demand of 102,064 units of 225 grams and Supply in the first year 4,626 units of 225 grams and Unfulfilled Demand of 97,438 units of 225 grams, for the

results obtained in the analysis of the demand, supply and marketing levels of this product

The installed capacity of the project determines that the company is able to produce 2'717. 624 units of guava sandwich of 225 grams and whose capacity will be 80.888 containers of 225 grams of guava sandwich, of which it will be produced in the first year 80% of the capacity used, in addition the location of the same will be determined that will be located in the city of Loja, in the streets Nicaragua between Seville of gold and Equatorial Guinea (west). The production process demands the use of suitable machines and equipment, which will be a guarantee to obtain quality products with affordable prices.

On the other hand, the engineering of the project is developed by determining the process diagrams, the operational characteristics, as well as the technical requirements such as machinery, equipment, facilities, etc.

Likewise, the administrative study was developed determining the company as a limited company and with the functional organic structure at the hierarchical, legislative, executive, advisory, auxiliary, operative levels, as well as the manuals of functions and organizational charts that served to design a good organizational structure , since it will have the following personnel: manager, secretary-accountant, and the operative personnel that is integrated by a worker.

The project reaches an investment of \$ 16,771.33 and is financed with a personal contribution of \$ 11,771.33 and a loan that will maintain the project with the Bank of

Ecuador that corresponds to 5,000.00 to 10 years, with semi-annual payments and at an interest rate. of 10.21%.

The financial evaluation presents the following results: according to the NPV of this project gives us a positive value of \$ 62,829.13 dollars which indicates that the project or investment is convenient, and the period of capital recovery tells us that the investment recovers in 1 year 5 months and 15 days, which is convenient for our company.

For the present project, the IRR is 71.25%, this value being satisfactory for carrying out the project and the sensitivity values are less than one, therefore, the changes in costs and revenues increased by 4.58%. and decreased by 4.13%, that is, the project is not sensitive to these changes.

Subsequently, the most significant conclusions and recommendations of the project are presented.

c) INTRODUCCIÓN

El presente proyecto tiene como principal propósito determinar la viabilidad técnica, operativa y financiera de la implementación de una empresa de elaboración y comercialización de bocadillo de guayaba en la ciudad de Loja. La siguiente investigación se realizó con la finalidad de aprovechar la oportunidad de negocio que puede brindar la utilización de productos frutales que son comunes en su comercialización como base para su transformación generando nuevos productos, permitiendo generar emprendimientos y por ende crear fuentes de trabajo.

En este proyecto se pretende la creación y desarrollo de una empresa rentable que logre ajustarse a las necesidades específicas de las familias lojanas en el ámbito económico.

Para demostrar la factibilidad del presente trabajo de titulación, se encuentra estructurado de la siguiente manera:

Título el mismo que comprende la razón de ser del presente proyecto de investigación es decir: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BOCADILLO DE GUAYABA EN LA CIUDAD DE LOJA”**; el **Resumen**, el mismo que indica los aspectos principales del proceso investigativo , en idioma español e inglés; **la Introducción**, aquí se hace la presentación del trabajo señalando la importancia del tema, la estructura en la que se refleja todo el trabajo de tesis, seguidamente se encuentra la **Revisión de Literatura**, donde se describen los aspectos relacionados al tema como son la historia de la guayaba, origen, propiedades, así como también temas

que abarcan todo lo relacionado con proyectos de inversión, que nos proporcionaron información clara y oportuna para el desarrollo adecuado del proyecto.

Dentro de la metodología utilizada, tenemos **los materiales y métodos**, instrumentos que permitieron recopilar, analizar, sintetizar y determinar los resultados obtenidos, mediante el uso de técnicas como la encuesta, la entrevista y la utilización de diferentes materiales que nos ayudaron a complementar el trabajo investigativo.

Posteriormente, se presenta la **Discusión**, la cual consta de los cuatro estudios que forman parte de un proyecto de inversión:

En el **estudio de mercado** se encuentra el análisis de la demanda, oferta, balance oferta-demanda y las estrategias de mercado.

En el **estudio técnico**, se detalla la localización y el tamaño del proyecto, indicando su capacidad instalada y utilizada. La ingeniería del proyecto que abarca con la maquinaria y equipo requerido para llevar a cabo la producción, el espacio físico necesario para la nueva unidad productiva y paso a paso el proceso de producción para obtener el nuevo producto con su respectivo flujo de proceso. El diseño organizacional que consta de una base legal, la estructura orgánica funcional en los organigramas y, los manuales de funciones para cada uno de los puestos de trabajo.

En el **estudio financiero**, se encuentran las inversiones necesarias para cuantificar el proyecto en términos monetarios, estas se dividen en: activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo. Por otro lado, se encuentra el cálculo del costo total, costo unitario, ingresos por ventas establecido en el presupuesto pro-formado, la clasificación de los

costos en fijos y variables, el estado de pérdidas y ganancias en el cual se indica la utilidad líquida, seguido a ello se encuentra el cálculo del punto de equilibrio de forma matemática y gráfica.

En la **evaluación financiera** se analizan los principales indicadores financieros como son el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Análisis de Sensibilidad con incremento en costos y disminución en sus ingresos, la Relación Beneficio-Costo y el Periodo de Recuperación de Capital a través de los cuales se determinó la rentabilidad del proyecto.

Las **conclusiones y recomendaciones**, en las que se realizó una síntesis de los aspectos más relevantes del proyecto.

La **bibliografía**, donde se encuentran inmersas todas las fuentes de información que se utilizaron en el desarrollo del trabajo investigativo y los **anexos**, documentos complementarios que aportaron al entendimiento de los contenidos.

Finalmente encontramos un **índice**, el cual permite al lector guiarse en los diferentes contenidos del proyecto.

d) REVISIÓN DE LITERATURA

1. MARCO REFERENCIAL

La base teórica del presente trabajo de investigación se fundamenta mediante referencias bibliográficas, libros de proyectos de inversión y factibilidad previamente consultados y tesis elaboradas, toda esta información recopilada está ubicada en este contexto bajo las normas APA, establecidas por la Universidad Nacional de Loja, que servirán de apoyo para direccionar la problemática en estudio.

Para la elaboración de este trabajo investigativo, se ha tomado como referencia la tesis titulada PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA PRODUCTORA DE "BOCADILLO DE GUAYABA CON PANELA" Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA. Dirigida por el Ing. Galo Eduardo Salcedo López Mg. Sc., y elaborada por la sr. Mayra Rosana Zambrano Zambrano, la cual tiene como finalidad ofrecer un producto de calidad a la ciudad de Quito, para lo cual se trazó objetivos específicos, que serían quienes sirve de guía para la realización de este proyecto, Para cumplir con el objetivo principal se utilizaron métodos, técnicas y procedimientos que permitieron investigar, desarrollar y comprobar la veracidad del proyecto.

El análisis realizado en el desarrollo de cada una de las fases del proyecto de factibilidad permitió Mediante el Estudio de Mercado determinar la oferta y demanda, además se determinó la demanda insatisfecha. Mediante el estudio técnico se pudo determinar la capacidad instalada y utilizada. Mediante el estudio financiero se determinó la inversión. En lo que se refiere a la evaluación financiera el VAN, TIR,

PRC, son todos positivos, dentro del análisis de sensibilidad puede soportar un incremento en los costos, así como una disminución en las ventas.

Posteriormente se plantea las conclusiones y recomendaciones más significativas del proyecto, por los resultados obtenidos en el análisis de la demanda, la oferta y niveles de comercialización de este producto.

En la tesis titulada “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LACREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE MERMELADA DE MANGO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTON LOJA” dirigida por el Dr. Luis Quizhpe Salinas Y elaborada Por la sr. María Del Cisne Prieto Ramón, tiene como finalidad la instalación de una empresa productora y comercializadora de mermelada de mango en el cantón Loja con intención de colaborar a la disminución de la pobreza en la región sur del país, específicamente en el cantón Loja para lo cual aplico métodos y técnicas necesarias para la realización de este proyecto investigativo.

En el análisis desarrollado en cada uno de las fases del proceso investigativo se pudo determinar, mediante el estudio de mercado la demanda real, demanda efectiva y demanda potencial, determinado así también la demanda satisfecha e insatisfecha que posee dicho producto en el cantón de Loja, mediante el estudio técnico se determinó la capacidad instalada y utilizada del proyecto, en el estudio organizacional los organigramas destinados para la empresa, además se realizó el estudio financiero y la evaluación financiera, para finalmente llegar a las conclusiones y recomendaciones determinando que el proyecto puede y debe ejecutarse, por los resultados obtenidos en el análisis de la demanda , la oferta y comercialización del producto.

En la tesis titulada “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE POLVO DE GUAYABA EN EL CANTÓN PALORA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DEL PUYO PROVINCIA DE PASTAZA”, dirigida por el Ing. Mgs. Galo Eduardo Salcedo y elaborado por la sr, Rosa Elena López Yuqui, la cual tiene como finalidad la implantación de una empresa productora de polvo de guayaba y su comercialización en la ciudad de Puyo, para lo cual se aplicó métodos y técnicas que la investigación permití realizar, mediante los cuales se pudo obtener datos, Dicho manejo de datos tiene por propósito la comprobación, en una parte de la realidad de una o varias consecuencias verticales deducidas de los objetivos general y específicos de la investigación.

En el análisis desarrollado por cada uno de las fases del proceso investigativo se pudo determinar el estudio de mercado realizado en la ciudad del Puyo, la Demanda Potencial, la Demanda Real, Demanda Efectiva, La Oferta la Demanda Insatisfecha de Polvo de Guayaba, mediante el estudio técnico se determinó la La Capacidad instalada del proyecto y la capacidad utilizada, Seguidamente se desarrolla la ingeniería del proyecto determinando los diagramas de procesos, las características de operatividad y gestión, requerimientos técnicos como equipos, instalaciones, muebles y enseres.

Así mismo se realizó un estudio administrativo determinándose como una Compañía de Responsabilidad Limitada, y con la estructura orgánica funcional a los niveles jerárquicos, así como los manuales de funciones, organigramas; que sirvieron de pauta para implementar una buena organización

Además se determinó la inversión del proyecto y mediante La evaluación financiera presenta resultados positivos de acuerdo al VAN , TIR, PRC, además se determinó que los valores de sensibilidad son menores que uno, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los costos y los ingresos incrementados es decir el proyecto no es sensible a estos cambios.

Posteriormente se plantea las conclusiones y recomendaciones más significativas del proyecto lo cual permitió determinar que el proyecto puede y debe ejecutarse, por los resultados obtenidos en el análisis de la demanda, la oferta y niveles de comercialización de este producto.

Mediante estos estudios se ha logrado conocer más a profundidad la construcción y desarrollo de la teoría científica, y el enfoque general para abordar los problemas planteados en cada uno de los temas tomados como referencia; además sirvieron para direccionar la investigación con utilización de técnicas y métodos apropiados que permitieron realizar el trabajo con objetividad en cada uno de los estudios realizados dentro del proyecto.

1.2 ANTECEDENTES

1.2.1 GENERALIDADES DE LA GUAYABA

Las guayabas (*Psidium guajava* spp.) son un género de unas cien especies de árboles tropicales y árboles pequeños en la familia Myrtaceae, nativas del Caribe, América Central, América del Norte y América del Sur. Las hojas son contrarias, simples, elípticas a ovaladas, de 5 a 15 centímetros de largo. Las flores son blancas, con cinco pétalos y numerosos estambres.

GRÁFICO # 1
GUAYABA



Fuente: Internet

Elaboración: El autor

La fruta es comestible, redonda o en forma de pera, entre 3 a 10 cm de diámetro (hasta 12 cm en cultivos selectos). Tiene una corteza delgada y delicada, color verde pálido a amarillo en la etapa madura en algunas especies, rosa a rojo en otras, pulpa blanca cremosa o anaranjada con muchas semillitas duras y un fuerte aroma característico.

1.2.1.1 Propiedades de la guayaba

La guayaba es rica en vitaminas C, A, B, además tiene beneficios nutritivos ya que su pulpa es considerada ácida beneficiando a bajar los niveles de colesterol “malo”. Las guayabas son cultivadas en muchos países de la zona intertropical, subtropical por sus frutos comestibles.

La fruta se come toda, como una manzana, o rebanada y servida con azúcar y crema como postre; En Asia, la guayaba cruda se sumerge en sal o polvo de ciruela pasa, la guayaba hervida también es usada extensivamente para hacer dulces, jaleas, mermeladas y jugos. Es una de las frutas con mayores niveles de vitamina A, por gramo contiene unas 6 o 7 veces más que la naranja, lo que la convierte en un antigripal natural. Las hojas y la corteza son astringentes intestinales, especialmente en las diarreas de los niños, pues son ricas en tanino, 30 g de hojas por 150 ml de agua, el cocimiento es empleado para lavar úlceras. La corteza y la raíz del guayabo son un buen reconstituyente que cura la anemia y debilidades nerviosas, tomando el cocimiento con frecuencia.

La guayaba es un fruto saludable y rico en nutrientes que no debe faltar en la dieta de cualquier alimentación. Por sus propiedades se recomienda especialmente para aquellas personas con diabetes, problemas al corazón y personas que necesitan mayor cantidad de antioxidantes en su alimentación.

1.2.1.3 Composición nutricional

GRÁFICO # 2

Guayabas, comunes, crudas	
Valor nutricional por cada 100 g	
Energía 68 kcal 285 kJ	
Carbohidratos	14.32 g
- Azúcares	8.92 g
- Fibra alimentaria	5.4 g
Grasas	0.95 g
Proteínas	2.55 g
Retinol (vit. A)	31 µg (3%)
- β-caroteno	374 µg (3%)
Tiamina (vit. B₁)	0.067 mg (5%)
Riboflavina (vit. B₂)	0.04 mg (3%)
Niacina (vit. B₃)	1.084 mg (7%)
Ácido pantoténico (vit. B₅)	0.451 mg (9%)
Vitamina B₆	0.11 mg (8%)
Ácido fólico (vit. B₉)	49 µg (12%)
Vitamina C	228.3 mg (381%)
Vitamina K	2.2 µg (2%)
Calcio	18 mg (2%)
Hierro	0.26 mg (2%)
Magnesio	22 mg (6%)
Manganeso	0.15 mg (8%)
Fósforo	40 mg (6%)
Potasio	417 mg (9%)
Sodio	2 mg (0%)
Zinc	0.23 mg (2%)

% de la cantidad diaria recomendada para adultos.

Fuente: Guayabas, comunes, crudas en la base de datos de nutrientes de USDA.

Fuente: Internet

Elaboración: El autor

La gráfica explica el valor nutricional por cada 100g de guayaba, porcentaje de la cantidad diaria recomendada en el consumo para adultos por la gran cantidad de energía y vitaminas que esta provee.

2. BASES TEORICAS:

2.1 Proyecto:

(Baca, 2010, pág. 2) Dice “un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver” (pág. 2)

En esta forma, puede haber diferentes ideas, inversiones de diverso monto, tecnología y metodologías con diverso enfoque, pero todas ellas destinadas a resolver las necesidades del ser humano en todas sus facetas, como pueden ser: educación, alimentación, salud, ambiente, cultura, etc.

2.2 Proyecto de inversión

(Pasaca, 2017, pág. 15) “Es un conjunto de informaciones que permite tomar decisiones adecuadas para la asignación de Recursos (Humanos, Materiales, Económicos) a una determinada actividad productiva que asegure una rentabilidad mayor que: la Tasa de Interés de Oportunidad (TIO), el Costo de Oportunidad de la Inversión (COI), o el Costo del Capital (CK); todo esto en el marco del respeto a la sociedad, la naturaleza y el ser humano”.

2.3 Evaluación de proyectos de inversión

(Baca, 2010, pág. 2) Dice “tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable.”

2.4 Importancia:

(Sapag, 2008, pág. 2), El proyecto surge como respuesta a una “idea” que busca la solución de un problema (reemplazo de tecnología obsoleta, abandono de una línea de productos) o la manera de aprovechar una oportunidad de negocio. Ésta por lo general corresponde a la solución de un problema de terceros.

2.5 Etapas del proyecto de inversión:

2.5.1 Estudio de mercado

2.5.1.1 Definición de estudio de mercado

(Baca, 2010, pág. 7) dice: “El estudio de mercado se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de precios y el estudio de comercialización.”

Partiendo de la definición del autor el estudio de mercado es de gran importancia este en el proyecto ya que a través de él se puede conocer si existe demanda insatisfecha del producto o servicio que se va a ofertar, así como también se establece la posible competencia y la forma como va a comercializarse el producto.

2.5.1.2 Importancia del estudio de mercado

(RANDALL Geoffreyl, 2003) Un estudio de mercado sirve para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo. Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar

si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente.

2.5.1.3 Estructura del análisis

Para poder realizar un buen estudio de mercado, es importante estructurar el estudio en base al siguiente esquema operativo.

2.5.1.4 Mercado

2.5.1.5 Definiciones de mercado

Fuente especificada no válida., dice: “Es el conjunto de demandantes y ofertantes que se interrelacionan para el intercambio de un bien o servicio en un área determinada. Esa concurrencia puede ser de forma directa o indirecta.”

Se puede decir según el criterio del autor que el mercado es un lugar donde existen ofertantes y demandantes con cualquier producto o servicio para satisfacer las necesidades del consumidor a una población.

2.5.1.6 Segmento de mercado

Fuente especificada no válida., expresan: “Los compradores de cualquier mercado difieren en sus deseos, recursos, ubicaciones actitudes y prácticas de compra. A través de la segmentación de mercado, las empresas dividen los mercados grandes en y heterogéneos en segmentos a los que se puede llegar de manera más eficiente con el producto o servicio.”

El segmento de mercado es la división del mercado de acuerdo a las necesidades del

cliente o en función del de las características del producto o servicio que se ofrecerá en el mercado.

2.5.1.7 Demanda

2.5.1.7.1 Definición de demanda

(Baca, 2010, pág. 15) dice: “El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.

Según el concepto antes mencionado, la demanda es el elemento más importante del estudio de mercado ya que de esta manera, a través del análisis se puede determinar qué cantidad de bienes o servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

2.5.1.8 Oferta

2.5.1.8.1 Definición de oferta

(Cordova, 2011, pág. 72), expresa: “La oferta es una relación que muestra las cantidades de una mercancía que los vendedores estarían dispuestos a ofrecer para cada precio disponible durante un período de tiempo dado si todo lo demás permanece constante”.

Partiendo de este concepto la oferta es considerada como la competencia en el mercado actual. La oferta determina las disposiciones del mercado de un bien o servicio, este producto debe ser identificado como diferente a la de la competencia para que tenga mayor acogida y participación en el mercado.

2.5.1.9 Producto

2.5.1.9.1 Definición de producto

(Cordova, 2011, pág. 56), manifiesta: “Es la concretización del bien, cualquier cosa que pueda ofrecerse para satisfacer una necesidad o deseo. Abarca objetos físicos, servicios, lugares, organizaciones e ideas.”

Se puede concluir que el producto es el resultado de los procesos productivos y el cual debe cumplir con una serie de normas necesarias e indispensables para que este pueda ofrecerse en el mercado. Es el bien que luego de ser procesado se va a ofrecer al mercado y satisface la necesidad de una persona.

2.5.1.10. Precio

2.5.1.10.1 Definición de precio

(Philip Kotler & Armstrong Gary, 2013, pág. 257), Afirma: “Es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. El precio ha sido el principal factor que afecta a la elección del comprador y el elemento más importante que determina la participación del mercado y la rentabilidad de una empresa.”

La determinación del precio es muy importante al momento de introducir un producto en mercado se debe realizar un previo análisis de nuestros competidores; es fundamental dentro del proceso de decisión de compra venta de un producto porque así la empresa logra ofrecer su bien en el mercado a un precio que le permitirá obtener beneficios.

Es el bien que luego de ser procesado se va a ofrecer al mercado y satisface la necesidad de una persona.

2.5.1.11 Comercialización

2.5.1.11.1 Definición de comercialización

(Baca, 2010, pág. 48) dice: “La comercialización es la actividad que permite al producto hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”.

La comercialización es el movimiento de bienes y servicios en el tiempo y lugar determinado, en la cual se debe determinar la fijación de precio y las medidas de promoción para el producto o servicio ya que de esta manera el bien o servicio llegara a las manos del consumidor final satisfaciendo sus necesidades.

2.5.1.11.2 Plan de comercialización

El propósito del plan de comercialización es de prevenir a la empresa acerca de suposición actual y futura, puesto que los alcances de hoy y sus planes para el futuro depende de juicios anticipados de las condiciones del mercado.

La comercialización es un instrumento de la dirección de empresas que suministra a los medios para diseñar y vender el producto aprovechando los recursos de la empresa.

El plan de comercialización está elaborado en base a:

- Producto
- Precio
- Plaza

- Promoción y
- Posventa.

2.5.1.11.3 Canales de distribución

(Baca, 2010, pág. 49) afirma: “Un canal de distribución es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los comercializadores finales, aunque se detiene en varios puntos de esa trayectoria, existe un pago o transacción, además de un intercambio de información.”

Al criterio del autor determinamos que los canales de distribución son aquellos caminos por donde el producto o servicio va a caminar para llegar hasta el consumidor final.

2.5.2 Estudio técnico

2.5.2.1 Definición de estudio técnico

(Sapag, 2008, pág. 23), El objetivo del estudio técnico es netamente financiero. Es decir, calcula los costos, inversiones y beneficios derivados de los aspectos técnicos o de la ingeniería del proyecto

La ingeniería o estudio técnico del proyecto se refiere a aquella parte del estudio que determina los aspectos importantes para la ejecución del proyecto como determinar el tamaño de proyecto y localización procesos productivos, la maquinaria a utilizarse, estructuración de las obras civiles relacionadas con la infraestructura física, servicios básicos, que se requieren para la correcta realización del proyecto, así como los costos y gastos de producción.

2.5.2.1.1 Tamaño del proyecto

(Pasaca, 2017, pág. 55) Hace relación a la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento considerado normal para la naturaleza del proyecto de que se trate, refiere a la capacidad Instalada y se mide en unidades producidas por año.

El tamaño del proyecto se define como la capacidad de producción del producto o servicio para que este satisfaga las necesidades de consumo de una población.

2.5.2.1.2 Capacidad instalada

(Pasaca, 2017, pág. 56) Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un período de tiempo determinado.

2.5.2.1.2 Capacidad utilizada

(Pasaca, 2017, pág. 56), Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un período determinado.

2.5.2.1.4 Localización del proyecto

La localización consiste en la selección de alternativas posibles y específicas del lugar donde se implantará la nueva unidad con el fin de buscar la mejor ubicación más factible para iniciar con la actividad productiva.

2.5.2.1.4.1 Macro localización

(Pasaca, 2017, pág. 58) Tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional o internacional. Para su presentación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos. La macro localización trata de definir la región o territorio donde se ubicará el proyecto, negocio o unidad productiva en términos generales de espacio o zona.

2.5.2.1.4.2 Micro localización

(Pasaca Mora, 2017, pág. 58) En este punto y apoyados preferentemente en la representación gráfica (planos urbanista), se indica el lugar exacto en el cual se implementará la empresa dentro de un mercado local.

La micro localización consiste en implantar las condiciones específicas o particulares que permitan fácilmente establecer el lugar donde va a tener efecto el desarrollo del proyecto o negocio. Tomando en cuenta los factores de: ubicación del mercado, fuentes de materia prima, mano de obra, facilidades de transporte y de comunicación, servicios básicos entre otros.

2.5.2.1.5 Ingeniería del proyecto

(Pasaca, 2017, pág. 60) Esta parte del estudio tiene como función el acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver fundamentalmente con la construcción de la nave industrial, su equipamiento y las características del producto de la empresa.

Lo que se puede argumentar con respecto al criterio del autor es que la ingeniería del proyecto es la determinación de la producción en función a procesos, equipos y maquinaria, para de esta forma adecuar el lugar de acuerdo a las necesidades de la fabricación y así garantizar el funcionamiento adecuado y eficiente en la producción de un bien o servicio.

2.5.2.1.5.1 Proceso productivo

El proceso productivo es la dinámica de todos y cada uno de los recursos de que dispone la producción, los mismos que deben ser ordenados, calculados, registrados y contabilizados adecuadamente y para conseguir así una eficiencia y ahorro de tiempo en las actividades así como también el desperdicio de materia prima.

2.5.2.1.5.2 Tecnología

(Pasaca Mora, 2017, pág. 60) Consiste en determinar la maquinaria y equipo adecuado a los requerimientos del proceso productivo y que esté acorde con los niveles de producción esperados, de acuerdo al nivel de demanda a satisfacer. Para su determinación es punto clave la información sobre la demanda insatisfecha y su porcentaje de cobertura.

La tecnología es el conjunto de conocimientos técnicos, equipos y procesos que se emplean para obtener el bien o para prestar el servicio, y de esta manera satisfacer las necesidades del consumidor.

2.5.2.1.5.3. Distribución de la planta

(Pasaca Mora, 2017, pág. 63) La distribución del área física, así como de la maquinaria y equipo debe brindar las condiciones óptimas de trabajo, haciendo más económica la operación de la planta, cuidando además las condiciones de seguridad industrial para el trabajo Globalidad.

La distribución de la planta debe tener las mejores condiciones adecuadas a las necesidades del talento humano que va a laborar en la empresa, de esta manera permitirá operaciones de seguridad y bienestar.

2.5.2.1.5.4 Diseño del producto

(Pasaca, 2017, pág. 65), El producto originario del proyecto debe ser diseñado de tal forma que reúne todas las características que el consumidor o usuario desea en el para lograr una completa satisfacción de su necesidad.

2.5.2.1.5.5 Flujograma de proceso

(Pasaca, 2017, pág. 66), Constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta el proceso de producción

2.5.2.1.5.6 Infraestructura física

(Pasaca, 2017, pág. 63), Se relaciona exclusivamente con la parte física de la empresa, se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa.

2.5.2.1.5.7 Proceso de producción

Según (Pasaca, 2017, pág. 65), se describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto o generará el servicio, es importante indicar cada una de las fases del proceso

aunque no al detalle, pues en muchos casos aquello constituye información confidencial para manejo interno.

2.5.3 Estudio administrativo

2.5.3.1 Estructura legal

(Cordova, 2011, pág. 165); afirma: “Es el andar jurídico que regula las relaciones de los diferentes miembros de la organización, las cuales deben estar enmarcadas en la Constitución y la Ley.”

2.5.3.2 Definición misión

(Philip Kotler & Armstrong Gary, 2013, pág. 39); Afirma: “Es una declaración del propósito de la organización, lo que desea lograr en el entorno más amplio. Una clara declaración de la misión funciona como una “mano invisible” que guía a las personas de la organización.”

2.5.3.3 Definición visión

(Cordova, 2011, pág. 163); Define: La visión es inherente a la alta dirección, define el conjunto de enfoque holístico de la empresa, es la expresión formal de cómo la empresa “ve” su realidad futura en el más alto nivel.”

La visión podrá responder a:

- Misión social (si la tuviera)
- Valores éticos compartidos de la organización

- Cómo será la organización en 5 ó 10 años
- Integración vertical y extensión horizontal

2.5.3.3 Definición valores

De acuerdo a página **Fuente especificada no válida**. “Los valores son aquellos juicios éticos sobre situaciones imaginarias o reales a los cuales nos sentimos más inclinados por su grado de utilidad personal y social.

Los valores de la empresa son los pilares más importantes de cualquier organización. Con ellos en realidad se define así misma, porque los valores de una organización son los valores de sus miembros, y especialmente los de sus dirigentes.”

2.5.3.4 Definición objetivos

(Cordova, 2011, pág. 163) manifiesta: “Se refiere a un resultado que se desea o necesita lograr dentro de un período de tiempo específico. Los objetivos estarán relacionados con: Estrategias, Planes de acción, Presupuesto.”

2.5.3.5 Definición política

Al igual que la estrategia, la política empresarial proporciona la orientación precisa para que los ejecutivos y mandos intermedios elaboren planes concretos de acción que permitan alcanzar los objetivos.”

2.5.3.6 Definición organigrama estructural

(Franklin, 2009, pág. 124) dice: “El organigrama es la representación gráfica de la estructura organizacional de las institución o de una de sus áreas, en la que se muestra la composición de las unidades administrativas que se la integran, sus relaciones, nivel

jerárquico, canales formales de comunicación, líneas de autoridad, supervisión y asesoría.”

2.5.3.7 Definición manual administrativo

(Franklin, 2009, pág. 244) expresa: “El manual administrativo son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación para registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática tanto la información de una organización (antecedentes, legislación estructura, objetivos, políticas, sistemas, procedimientos, elementos de calidad), como las instrucciones y lineamientos necesarios para que desempeñen mejor sus tareas.”

2.5.4 Estudio económico - financiero

El estudio Económico-Financiero recoge la información elaborada de los estudios de mercado y técnico, lo que permite identificar elementos tales como: costos de Inversión, costos de operación, ingresos. Estos elementos son finalmente transformados mediante este estudio en valores.

2.5.4.1 Estudio Financiero:

2.5.4.1.1 Definición De Estudio Financiero

(Baca, 2010, pág. 138); afirma: “El estudio financiero es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica”.

El Estudio Financiero en el proyecto es muy importante ya que de esta manera se determina el nivel de factibilidad de la nueva unidad productiva en determinado tiempo, el estudio económico sirve de base para evaluación económica y el análisis e interpretación de datos.

2.5.4.1.2 Ingresos

(Sarmiento, 2010, pág. 36); dice: “Son todos los ingresos monetarios los que van a estar en función de la empresa y su estructura.”

2.5.4.1.2 Gastos

(Sarmiento, 2010, pág. 13) Está relacionado directamente con los departamentos de administración y ventas y con los servicios financieros, en consecuencia, es un valor no recuperable ni inventariable.

2.5.4.1.3 Mano de obra

(Sarmiento, 2010, pág. 13) afirma: “Es la fuerza de trabajo humano incorporado en el producto, es decir el que elaboran los trabajadores en el proceso de producción, sea su trabajo manual o tecnificado y apoyan directamente en la transformación de productos.”

2.5.4.1.4 Materia prima

(Sarmiento, 2010, pág. 13) dice: “Constituye el elemento básico sometido a un proceso de transformación de forma o de fondo con el propósito de obtener un producto terminado o semielaborado. Se caracteriza por ser fácilmente identificable y cuantificable en el producto fabricado, esto para el caso de empresas industriales.”

2.5.4.1.5 Costos indirectos de fabricación

(Sarmiento, 2010, pág. 14); Manifiesta: “Se considera a los costos y gastos necesarios que intervienen en la producción, pero que no fueron en los elementos anteriores como materia prima directa y mano de obra directa.”

2.5.4.1.6 Gastos operacionales

(Sarmiento, 2010, pág. 37) dice: “Son considerados los gastos realizados y necesarios para el normal desarrollo de la actividad empresarial considerando a estos gastos como los siguientes.”

2.5.4.1.7 Gastos administrativos

Son los costos que provienen de:

- a. Sueldos
- b. Beneficios sociales
- c. Suministros de oficina
- f. Servicios básicos
- g. Depreciaciones
- h. Amortizaciones

2.5.4.1.8 GASTOS DE VENTAS

Son los costos y gastos de:

- a. Sueldos

- b. Beneficios sociales
- c. Gastos de movilización
- d. Comisiones de venta
- e. Publicidad y propaganda

2.5.4.1.9 Gastos no operacionales

(Sarmiento, 2010, pág. 38); manifiesta: Se clasifican, en:

2.5.4.1.9.1 Gastos financieros

Son considerados básicamente los gastos realizados por:

- a. Crédito a financieras
- b. Intereses por compras a crédito

2.5.4.1.9.2 Otros gastos

Se refiere a los gastos que no integran dentro de los grupos anteriores provenientes de:

- a. Comisiones pagadas
- b. Pérdida en ventas de activos fijos

2.5.4.1.10 Estados financieros

2.5.4.1.10.1 Balance general

(Mercedes Bravo, 2011, pág. 191) expresa: “Conocido también como Estado Financiero, Estado de Activos y Pasivos, que muestra el estado de la empresa o negocio, en una fecha dada.”

De acuerdo a lo expresado por la autora anteriormente se dice que el balance general es un estado financiero donde se ve reflejado los movimientos de la empresa en cuanto activos, pasivos y capital.

2.5.4.1.10.2 Estado de pérdidas y ganancias

(Mercedes Bravo, 2011, pág. 191) dice: “Denominado también estado de situación económica o de operaciones, se elabora al finalizar el período contable con el objeto de determinar la situación económica de la empresa.”

El estado de resultados es un documento importante en cualquier negocio ya que en este se ubican rubros por ingresos de ventas de productos o servicios, egresos o gastos realizados, y sus utilidades o ganancias luego de haber realizado actividades o movimientos.

2.5.4.1.10.3 Flujo de caja

(Mercedes Bravo, 2011, pág. 201) Manifiesta: “El flujo de caja se elabora al término de un ejercicio económico o período contable para evaluar con mayor objetividad la liquidez o solvencia de la empresa.”

El flujo de caja es un documento financiero muy importante en la empresa los cual refleja los movimientos de efectivo en cuanto a las actividades operativas, de inversión y financieras.

2.5.4.2 Estudio Económico

(Baca, 2010, pág. 8), el estudio económico tiene como objetivo sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar cuadros analíticos que sirven para la evaluación económica.

Busca determinar la viabilidad y rentabilidad del proyecto también se ocupa de analizar las posibles fuentes de los recursos necesarios para realizar el proyecto y la forma en que se aplicarán dentro del mismo, esto es, se analiza el origen y destino del financiamiento.

2.5.4.2.1 Activos fijo

(Fores Uribe, 2016, pág. 59) Es un bien de una empresa, ya sea tangible o intangible, que no puede convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta.

2.5.4.2.2 Activo diferido

(Fores Uribe, 2016, pág. 60) Son aquellos gastos pagados por anticipado y que no son susceptibles de ser recuperados, por la empresa, en ningún momento.

2.5.4.2.3 Capital de trabajo

(Fores Uribe, 2016, pág. 60) Es el fondo económico que utiliza la Empresa para seguir reinvertiendo y logrando utilidades para así mantener la operación corriente del negocio

2.5.4.2.4 Costos e ingresos

Según (Espinoza Guillermo, 2007, pág. 45) es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio.

2.5.4.2.5 Clasificación costos

Según (Espinoza Guillermo, 2007, pág. 48), los costos son:

- ✓ Costos fijos: Son aquellos en los que incurre la empresa y que en el corto plazo o para ciertos niveles de producción, no dependen del volumen de productos.

- ✓ Costos variables: Costo que incurre la empresa y guarda dependencia importante con los volúmenes de fabricación.

2.5.4.2.6 Amortización

(Raúl Coss Bu, 2005, pág. 397) Amortizar es distribuir el coste de una inversión como gasto a lo largo de los períodos en que esa inversión va a permitir obtener ingresos.

2.5.4.2.7 Depreciaciones

Según (Erossa Martin, 2004, pág. 127) las depreciaciones son la pérdida de valor que sufre un determinado activo como consecuencia del paso del tiempo o de un ajuste en la oferta y la demanda del mismo.

2.5.5 Evaluación Financiera

La evaluación financiera revisa la capacidad de pago del proyecto y se estudia la relación del proyecto y los recursos disponibles, con la capacidad de pago y las condiciones financieras del individuo, o empresa que realizará el proyecto de inversión.

2.5.5.1 Valor actual neto (VAN)

(Ortega Alfonso, 2010, pág. 243)Manifiesta: “Es el valor obtenido mediante la actualización de los flujos netos del proyecto. Cuando el Van es positivo el proyecto es factible, mientras que el Van negativo demuestra que el proyecto no es factible, y cuando el Van es cero es indiferente.”

$$VAN = \Sigma FNA - INVERSION$$

2.5.5.2 Tasa interna de retorno (TIR)

(Ortega Alfonso, 2010, pág. 242)Manifiesta: “Es la tasa de actualización que iguala al valor actual de los egresos totales de un proyecto en estudio.”

$$\text{Formula TIR} = Tm + Dt$$

2.5.5.3 Beneficio – Costo

(Ortega Alfonso, 2010, pág. 244)manifiesta: “Es la razón total del valor actual de los futuros ingresos entre la inversión inicial. Esta indica el beneficio que pueda tener cada uno de los productos a evaluar.”

$$R. B. C = \frac{INGRESOS ACTUALIZADOS}{EGRESOS ACTUALIZADOS}$$

2.5.5.4 Período de recuperación de la inversión

(Ortega Alfonso, 2010, pág. 243)Manifiesta: “Se define como el tiempo en el cual los beneficios o las utilidades futuras del proyecto cubren el monto de la inversión (generalmente medido en años).”

$$P.R.C = \text{AÑO QUE SUPERA LA INVERSION} + \frac{INVERSION - \varepsilon \text{PRIMEROS FLUJOS}}{\text{FLUJO NETO QUE SUPERA LA INVERSION}}$$

El período de recuperación de la inversión es considerado como un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo, permite anticipar los eventos en el corto plazo

2.5.5.5 Punto de equilibrio

(Sarmiento, 2010, pág. 69) Define: “El punto de equilibrio es la interacción o cruce entre los ingresos totales cuando son iguales a los costos totales (fijos y variables); en donde no existe pérdida ni ganancia.”

2.5.5.6 Análisis de sensibilidad

(Sapag, 2008, pág. 398), Es un término financiero, muy utilizado en las empresas para tomar decisiones de inversión, que consiste en calcular los nuevos flujos de caja y el VAN al cambiar una variable.

$$DIFERENCIA DE TIR = TIR DEL PROYECTO - NUEVA TIR$$

$$\% VARIACION = \frac{DIFERENCIA DE TIR}{TIR DEL PROYECTO}$$

$$SENSIBILIDAD = \frac{\% DE VARIACION}{NUEVA TIR}$$

e) MATERIALES Y MÉTODOS

Considerando que la validez de una investigación depende de la seguridad de los procedimientos utilizados, es necesario hacer una descripción concisa, pero completa, de los materiales, metodología y técnicas empleadas que permitieron interpretar los resultados de la investigación; para el desarrollo del presente trabajo investigativo se tomó en cuenta los materiales y métodos que a continuación se describen:

1. Materiales Utilizados: Suministros de oficina y equipos de oficina que se describen a continuación.

- Copias
- Papel bond
- Esfero gráfico
- Lápiz
- Borrador
- Calculadora
- Computadora
- Impresora
- Flash memory

2. Métodos

Para la realización del estudio de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de bocadillo de guayaba en la ciudad de Loja se desarrolló en las seis parroquias urbanas de la ciudad, la cual consta con 170 280

habitantes de acuerdo al último censo de población y vivienda que se realizó en el 2010. Para el logro de los objetivos se utilizó dos métodos.

Método inductivo:

Se utilizó este método porque se realizó la investigación de mercado a una muestra de la población escogida luego se hizo la inferencia hacia toda la población de familias de la ciudad de Loja, también porque en cada parte de la elaboración del proyecto se determinó la factibilidad de mercado, técnico, organizacional, económico y financiero, para luego determinar la conclusión general.

Método deductivo:

Este método permitió pasar de afirmaciones de carácter general a hechos particulares el cual me permitió conocer a ciencia cierta los gustos y preferencias de los demandantes, de bocadillo de guayaba.

3. Técnicas de investigación

La observación: Permite constatar, establecer y destacar características e identificar hechos y problemas que se presentan en el ámbito comercial, en lo respecto a la competencia y como llevan a cabo sus actividades para con esto mejorar el servicio; así también para verificar los beneficios y servicios que ofrecerá la empresa en desarrollo.

La entrevista: Esta técnica se aplicará a los diferentes ofertantes de servicios iguales en la ciudad de Loja a través de una conversación profesional y preguntas dirigidas, con la finalidad de obtener información sobre el funcionamiento y misión empresarial; y así obtener una visión previa del problema, alternativas y acciones a seguir.

La encuesta: La encuesta va a estar dirigida a las 381 familias en la ciudad de Loja, para de esta manera conocer a través de la tabulación de resultados sus inquietudes como opiniones y así lograr los objetivos propuestos en esta investigación; conocer el posicionamiento que tendrá esta empresa en el mercado objeto de estudio, tomando como base de datos el número de familias en la ciudad de Loja.

4. PROCEDIMIENTO

Proceso de Muestreo

Para el proceso de muestreo se considerará la población objeto de estudio que en este caso son las familias de las seis parroquias urbanas de la ciudad de Loja y los ofertantes existentes en el mercado.

Para la población que se va a investigar se ha tomado en consideración trabajar con la formula estadística del muestreo probabilístico aleatorio ya que permite extraer una parte (o muestra) de la población o universo, de tal forma que todas las muestras posibles de tamaño fijo tengan la misma posibilidad de ser seleccionadas.

Puesto que el dato al que se hace referencia corresponde al año 2010 se hace necesario proyectar la población para los años de vida útil de la propuesta de inversión; en este caso 10 años a partir del año 0 aplicando la tasa de crecimiento determinada por el INEC para el período 2010 que es de 2.65%, se considera 4 miembros por familia siendo la población en 2017 un total de 204.492 habitantes en la ciudad de Loja y para el año 10 de vida del proyecto un total de 265.623.

CUADRO # 1

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN

	Año	Población total 2.65%	Población de familias
0	2017	204.492	51.123
1	2018	209.911	52.478
2	2019	215.473	53.868
3	2020	221.183	55.296
4	2021	227.045	56.761
5	2022	233.061	58.265
6	2023	234.237	59.809
7	2024	245.577	61.394
8	2025	252.085	63.021
9	2026	258.765	64.691
10	2027	265.623	66.406

FUENTE: INEC

ELABORACIÓN: El autor

Para calcular la proyección de la población se aplicó la siguiente formula:

$$P = \text{Población inicial} (1 + i)^n$$

$$P = 170.280 (1 + 0.0265)^{10} = \mathbf{204.492}$$

Cálculo de la Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se puede aplicar la siguiente formula finita:

Para el cálculo de tamaño de muestra cuando el universo es finito, es decir contable y la variable de tipo categórica, primero debe conocer "N" o sea el número total de casos esperados o que ha habido en años anteriores, para eso deben revisar los datos estadísticos. Si la población es finita, es decir conocemos el total de la población y deseásemos saber cuántos del total tendremos que estudiar la fórmula sería:

$$n = \frac{Z^2 \times N \times P \times Q}{e^2(N-1) + Z^2 \times P \times Q}$$

En donde:**n**= Tamaño de muestra**N**= Población Total**e**= Error experimental**P**= Probabilidad de éxito**Q**= Probabilidad de fracaso**Z**= Nivel de confianza**Desarrollo de la Fórmula**

$$\begin{aligned}n &= \frac{Z^2 \times N \times P \times Q}{e^2(N-1) + Z^2 \times P \times Q} \\n &= \frac{(1.96)^2 \times 51123 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2(51123-1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5} \\n &= \frac{3.8416 \times 51123 \times 0.25}{(0.0025)(51122) + 3.8416 \times 0.25} \\n &= \frac{49098.53}{127.81 + 0.9604} \\n &= \frac{49099}{128.77} = \mathbf{381 \text{ Encuestas}}\end{aligned}$$

Para obtener el número de encuestas aplicadas se reemplazan los valores de la fórmula finita en donde el nivel de confianza es de 1.96, la población total es de 51.123 que son los habitantes de la ciudad de Loja, el valor de la probabilidad de éxito y fracaso es de 0.5 y el error experimental es de 0.05. Reemplazando todos estos valores y realizando las diferentes operaciones tenemos un total de 381 encuestas que se aplicaron en la ciudad de Loja.

CUADRO #2
DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

PARROQUIA DE LA CIUDAD DE LOJA	NUMERO DE ENCUESTAS A APLICAR	PORCENTAJE DE LA POBLACION
El Sagrario	80	21%
Sucre	74	19%
El Valle	85	22%
San Sebastián	56	15%
Punzara	34	9%
Carigán	52	14%
Total	381	100%

Elaboración: El Autor

ESTUDIO DE MERCADO: para la determinación de la demanda se aplicó 381 encuestas distribuidas en las seis parroquias urbanas de la ciudad de Loja, con lo cual se pudo determinar la demanda total, demanda real y demanda efectiva que posee este proyecto. Mientras que para la determinación de la oferta se realizó 20 entrevistas con preguntas dirigidas a propietarios de locales comerciales de bocadillo de guayaba, con lo cual se pudo conocer la oferta existente en el mercado local. La información fue representada mediante cuadros y gráficos estadísticos con su respectivo análisis e interpretación.

ESTUDIO TECNICO: una vez elaborado el estudio de mercado se procedió a determinar la capacidad instalada y utilizada de la empresa para de esta manera determinar la participación en el mercado, además de realizar el análisis de la micro y macro localización de la empresa, así mismo se estableció el análisis de la ingeniería del proyecto para considerar aspectos como: el factor tecnológico, el proceso productivo, los flujogramas de procesos, entre otros.

ESTUDIO FINANCIERO: para realizar el estudio financiero se tomó en cuenta las proformas de los diferentes establecimientos comerciales, los cuales nos brindaran los

materiales e insumos de producción para desarrollar el proyecto y de esta manera establecer el monto de inversión y la forma de financiamiento.

Para la realización de los presupuestos, se utilizó la normativa vigente del SRI aprobada en el 2017 en lo referente al Art. 28 – Reglamento para la aplicación de la Ley Orgánica de Régimen tributario Interno en donde nos dice: La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes:

**CUADRO # 3
DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS**

ACTIVO	VIDA ÚTIL	%DEPRECIACION
Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares	20 años	5%
Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles	10 años	10%
Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero	5 años	20%
Equipos de cómputo y software	3 años	33%

FUENTE: Normativa SRI

ELABORACION: El autor

EVALUACION FINANCIERA: Para determinar los diferentes indicadores de la evaluación financiera se tomó en cuenta los costos y gastos establecidos en el estudio financiero y así poder determinar la factibilidad del presente proyecto.

f) RESULTADOS

Encuesta realizada a los consumidores en la ciudad de Loja.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

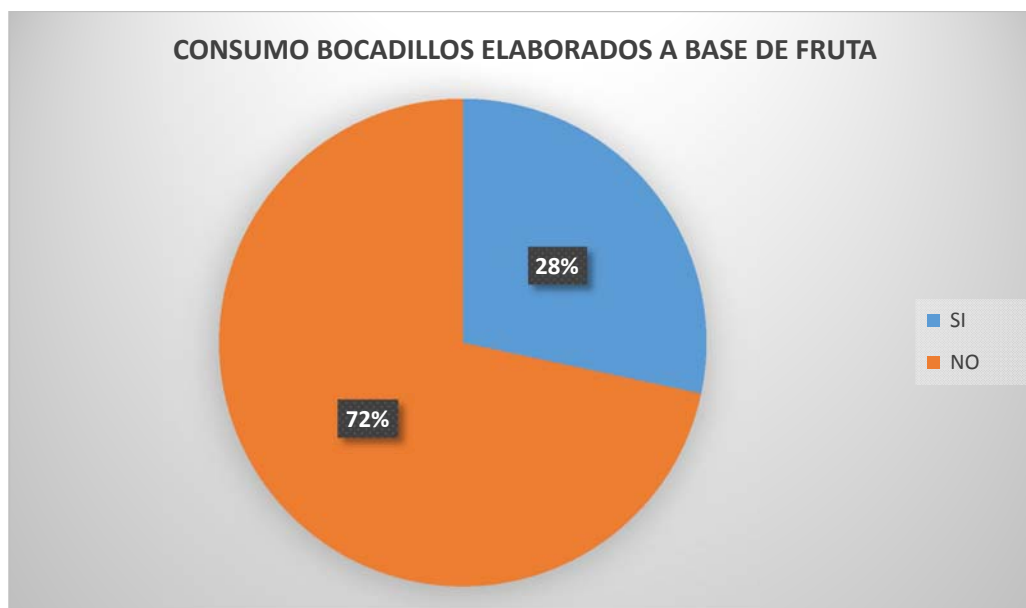
1) ¿Consume en su familia bocadillos dulces elaborados a base de frutas?

CUADRO # 4
CONSUMO DE DULCES

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	108	28%
NO	273	72%
TOTAL	381	100

FUENTE: ENCUESTA
ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICO # 3



INTERPRETACIÓN:

Los datos del cuadro muestran que el 28% de la población encuestada consume bocadillo elaborados a base de fruta, mientras que el 72% no.

2) ¿Qué cantidad de bocadillos dulces, elaborados a base de frutas consume mensualmente?

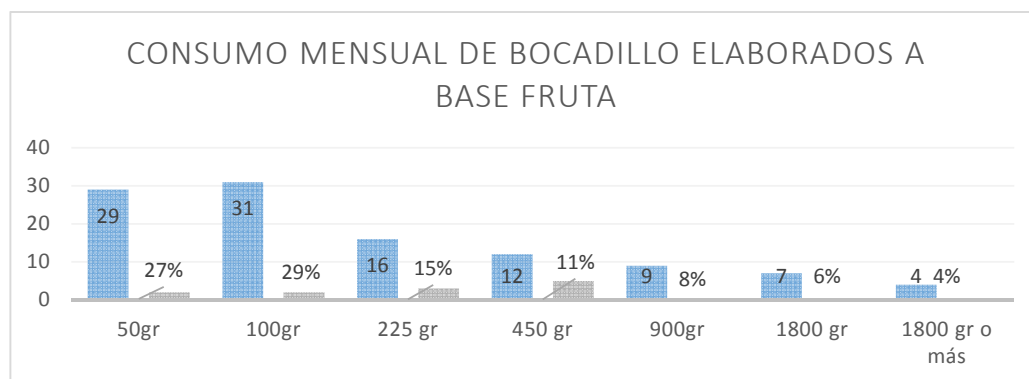
CUADRO # 5

CONSUMO MENSUAL DE BOCADILLO ELABORADOS A BASE DE FRUTA

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
50gr	29	27%
100gr	31	29%
225 gr	16	15%
450 gr	12	11%
900gr	9	8%
1800 gr	7	6%
1800 gr o más	4	4%
TOTAL	108	100%

FUENTE: ENCUESTA
ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICO # 4



CUADRO # 6

CONSUMO PROMEDIO MENSUAL DE DULCE

FRECUENCIA (XM)	CANTIDAD (F)	CONSUMO EN GRAMOS EL MES F(XM)	CONSUMO AL AÑO EN GRAMOS (FXM.12)
50gr	29	1.450	17.400
100 gr	31	3.100	37.200
225 gr	16	3.600	43.200
450 gr	12	5.400	64.800
900gr	9	8.100	97.200
1800 gr	7	12.600	151.200
1800 gro mas	4	7.600	91.200
TOTAL	108	41.850	502.200
	CONSUMO PROMEDIO	AL AÑO	4.650,00

Elaboración: El autor

Fuente: Pregunta 2, la encuesta

Para determinar el consumo promedio en gramos se aplica la siguiente formula:

$$x = \frac{\Sigma F X_m}{F}$$

$$x = \frac{41.850}{108} = 387,5$$

En donde:

X = Consumo Promedio mensual

F = Frecuencia

X_m = Punto medio

N = Universo

Σ = Sumatoria Total

El promedio mensual de consumo por familia es de 387,5 gramos de bocadillos de dulce, por lo que el consumo anual será de 4.650 gramos de bocadillo de dulce.

3) ¿Consume bocadillo de guayaba?

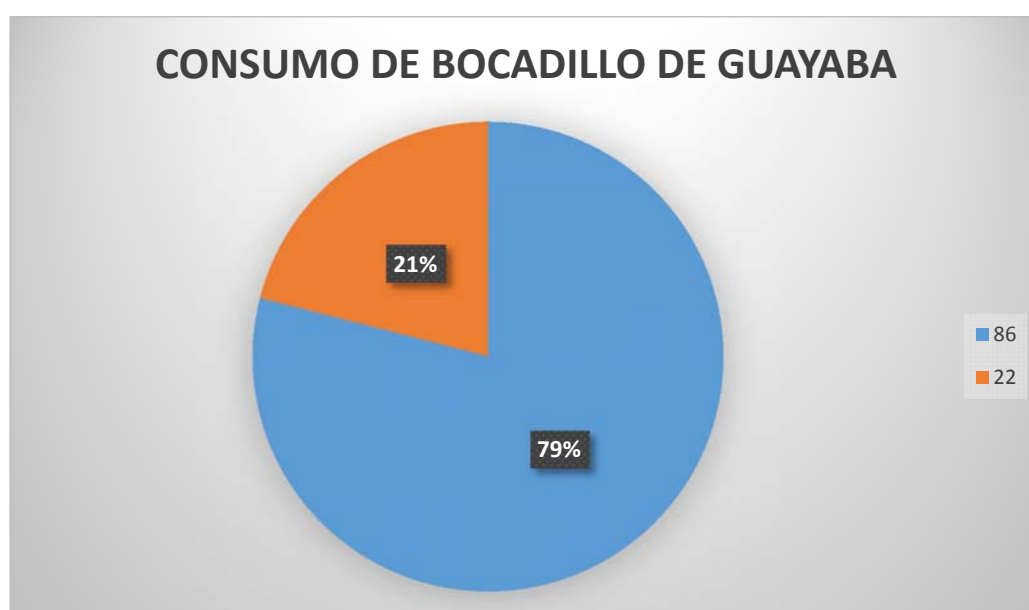
CUADRO # 7

CONSUMO DE BOCADILLO DE GUAYABA

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTALE
SI	86	79%
NO	22	21%
TOTAL	108	100%

FUENTE: ENCUESTA
ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICO # 5



INTERPRETACIÓN:

Como se pudo determinar en el cuadro # 7, el 79% si consume bocadillo de guayaba, mientras que el 21 % no, porque prefieren otro tipo de dulce de fruta, algunos manifiestan que simplemente no consumen este producto porque ni siquiera han escuchado hablar de él.

4) ¿Qué cantidad consume mensualmente de bocadillo de guayaba?

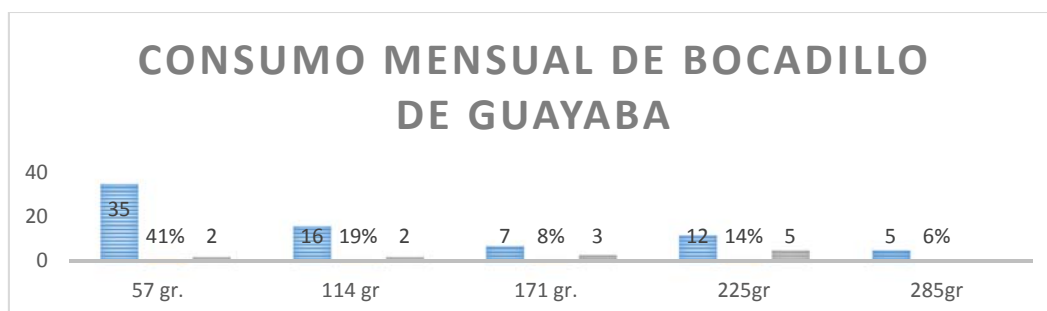
CUADRO # 8

CONSUMO MENSUAL DE BOCADILLO DE GUAYABA

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
57 gr.	35	41%
114 gr	16	19%
171 gr.	7	8%
225gr	12	14%
285gr	5	6%
570 gr o mas	11	13%
TOTAL	86	100%

FUENTE: ENCUESTA
ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICO # 6



CUADRO # 9

PROMEDIO CONSUMO MENSUAL DE BOCADILLO DE GUAYABA

PRESENTACIÓN (XM)	CANTIDAD (F)	CANTIDAD EN GR AL MES (F.XM)	CONSUMO AL AÑO EN GRAMOS (FXM.12)
1 barra 57 gr.	35	1.995	23.940
1 barra 114 gr	16	1.824	21.888
1 barra 171 gr.	7	1.197	14.364
1 caja de 5 unidades (57 gr) contiene 285gr	5	1.425	17.100
1 caja 10 unidades (57gr) contiene 570 gr	11	6.270	75.240
tarrina en unidades de 225gr	12	2.700	32.400
TOTAL	86	15.411	184.932
CANT. PROMD. DE CONSUMO AL AÑO			2.150,37

ELABORACIÓN: EL AUTOR
FUENTE: CUADRO 8, ENCUESTA

Para determinar el consumo promedio en gramos se aplica la siguiente formula:

$$X = \frac{\Sigma F X_m}{F}$$

$$X = \frac{15,411}{86} = 179,19$$

En donde:

X = Consumo Promedio mensual

F = Frecuencia

X_m = Punto medio

N = Universo

Σ = Sumatoria Total

El promedio mensual de consumo por familia es de 179,19 gramos de bocadillos de guayaba, por lo que el consumo anual será de 2.150,37 gramos de bocadillo de guayaba.

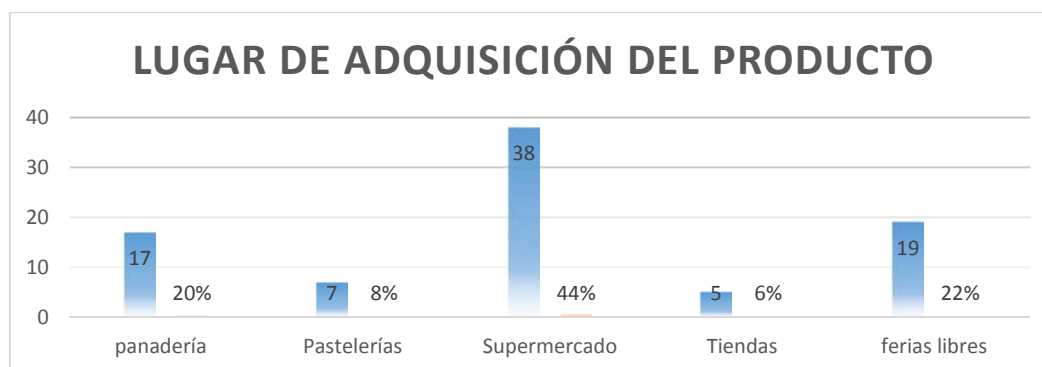
5) ¿En qué lugar adquiere el bocadillo de guayaba?

CUADRO # 10
LUGAR DE ADQUISICIÓN DEL PRODUCTO

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
panadería	17	20%
Pastelerías	7	8%
Supermercado	38	44%
Tiendas	5	6%
ferias libres	19	22%
TOTAL	86	100%

FUENTE: ENCUESTA
ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICO # 7



INTERPRETACIÓN:

Como se puede determinar en la interrogante de los establecimientos de adquisición del producto, el 44% adquieren el producto en los supermercados, el 22% en ferias libres, el 20% en panaderías, el 8% en pastelerías y finalmente el 6% afirmaron adquiere este producto en tiendas.

De esta forma se puede determinar que los puntos de venta a los que mayormente acudirían las familias a comprar el producto de bocadillo de guayaba son los supermercados y las tiendas de la ciudad de Loja.

6) Según el precio y presentación. ¿Cuál de estos productos Ud. Adquiere habitualmente?

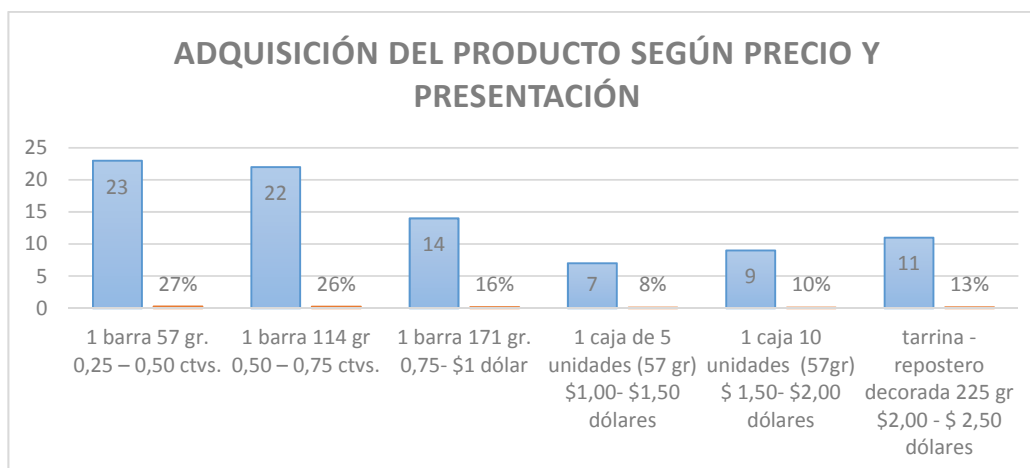
CUADRO # 11

ADQUISICIÓN DEL PRODUCTO SEGÚN PRECIO Y PRESENTACIÓN

PRESENTACIÓN	PRECIO	CANTIDAD	PORCENTAJE
barra 57 gr.	0,25 – 0,50 ctvs.	23	27%
barra 114 gr	0,50 – 0,75 ctvs.	22	26%
barra 171 gr.	0,75- \$1 dólar	14	16%
caja de 5 unidades (285 gr)	\$1,00- \$1,50 dólares	7	8%
caja 10 unidades (570 gr)	\$ 1,50- \$2,00 dólares	9	10%
tarrina - repostero decorada 225 gr	\$2,00 - \$ 2,50 dólares	11	13%
TOTAL		86	100%

FUENTE: ENCUESTA
ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICO # 8



INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a la información recabada se obtuvo que, el 27 % manifestaron que compran los 57 gr de bocadillo de guayaba a un precio oscilante de \$ 0,25-\$0,50 ctvs. el 26% adquieren los 114 gr del producto a un precio de \$0,50-0,75 ctvs, el 16% adquiere los 171 gr del producto en un precio desde 0,75 ctvs. - \$ 1,00 dólar, el 13% adquieren los 225gr del producto a un precio de entre los \$2,00 - \$ 2,50 dólares, el 10 % adquiere los 570gr del producto a un precio de entre \$1,50 - \$2,00 dólares y finalmente el 8% adquiere los 285gr del producto a un precio de entre \$ 1,00 a \$1,50 dólares.

7) ¿Cómo considera el precio al que usted adquiere el producto?

CUADRO # 12
CONSIDRACIÓN DEL PRECIO DEL PRODUCTO

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alto	26	30%
medio	43	50%
bajo	17	20%
TOTAL	86	100%

FUENTE: ENCUESTA
ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICO # 9



INTERPRETACIÓN:

En el cuadro # 12 se observa que el 50% considera el precio del producto es medio o accesible económicamente, el 30% alto y el 20% bajo, por lo cual se determina que la mayoría de las familias de la ciudad de Loja tienen una apreciación normal o regular del precio al momento de adquirir el bocadillo de guayaba.

8) ¿Si se implementara una empresa dedicada a la producción de bocadillo de guayaba estaría usted dispuesto a consumirlo?

CUADRO # 13

IMPLEMENTACIÓN DE LA EMPRESA Y ADQUISICIÓN DEL PRODUCTO

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	79	92%
NO	7	8%
TOTAL	86	100%

FUENTE: ENCUESTA
ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICO # 10



INTERPRETACIÓN:

Los datos obtenidos en el cuadro 13 indican que, el 92% tienen preferencia por el consumo de bocadillo de guayaba y afirmaron que si comprarían el producto si se implementara una empresa productora y comercializadora en la ciudad de Loja, mientras que el 7% no.

Con esta información se podrá obtener la demanda efectiva que tendrá el bocadillo de guayaba en el mercado de la ciudad de Loja, así como la cantidad de producto que se destinará a producir en el proyecto.

9) ¿En qué presentación le gustaría que se comercialice el bocadillo de guayaba?

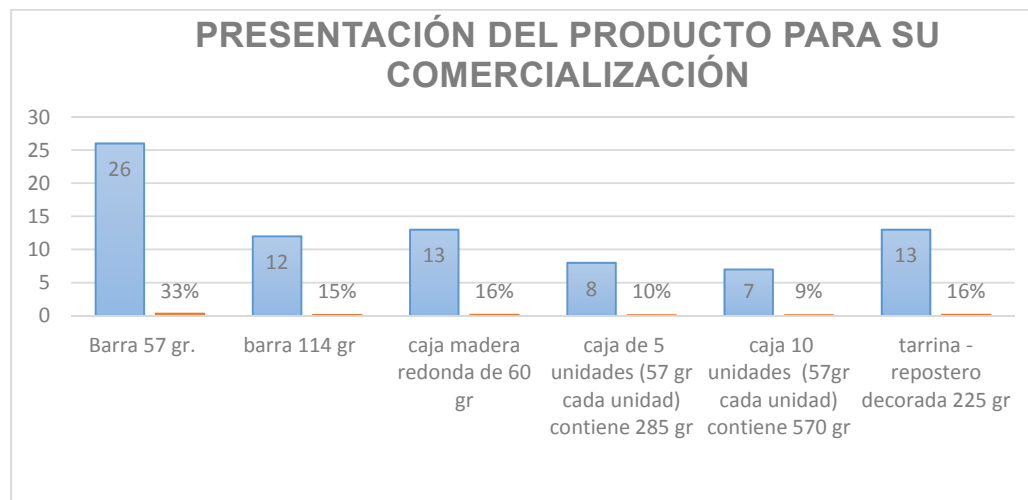
CUADRO # 14

PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO PARA SU COMERCIALIZACIÓN

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Barra 57 gr.	26	33%
barra 114 gr	12	15%
caja madera redonda de 60 gr	13	16%
caja de 5 unidades (57 gr cada unidad) contiene 285 gr	8	10%
caja 10 unidades (57gr cada unidad) contiene 570 gr	7	9%
tarrina - repostero decorada 225 gr	13	16%
TOTAL	79	100%

FUENTE: ENCUESTA
ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICO #11



INTERPRETACIÓN:

Los datos del cuadro 14 indican que el 33% le gustaría adquirir el producto en barra de 57gr, el 16% en tarrina o repostero decorada de 225 gr, el 16% en caja de madera redonda de 60gr, el 15% en presentación de barra de 114gr, el 10% en caja de 5 unidades correspondientes a 285gr, y el 9% en cajas de 10 unidades cada uno correspondiente a 570gr.

Cabe recalcar en esta pregunta se dejó como opción a quienes desearían otro tipo de presentación del producto describir que tipo o cómo le gustaría que se comercialice el producto, a lo que se pudo identificar mediante la respuestas de los encuestados que el

16% le gustaría adquirir el producto el tarrina o repostero de aproximadamente 225 gramos, decorados para algún evento especial o fechas importantes, lo que representa una gran oportunidad para el lanzamiento del producto en este tipo de presentación debido a la acogida que este presenta.

CUADRO # 15
CONSUMO PROMEDIO DEL BOCADILLO DE GUAYABA

PRESENTACIÓN (xm)	CANTIDAD (f)	CANTIDAD EN GRAMOS (f.xm)	CANTIDAD AL AÑO (fxm.12)
Barra 57 gr.	26	1.482	17.784
Barra 114 gr	12	1.368	16.416
Caja madera redonda de 60 gr	13	780	9.360
Caja de 5 unidades (57 gr cada unidad) contiene 285 gr	8	2.280	27.360
Caja 10 unidades (57gr cada unidad) contiene 570 gr	7	3.990	47.880
Tarrina - repostero decorada 225 gr	13	2.925	35.100
TOTAL	79	12.825	153.900
CONSUMO PROMEDIO AL AÑO			1.948

ELABORACIÓN: EL AUTOR

FUENTE: CUADRO 14, ENCUESTA

Para determinar el consumo promedio en gramos se aplica la siguiente formula:

$$X = \frac{\sum FXm}{F}$$

$$X = \frac{12.850}{79} = 162,34$$

En donde:

X = Consumo Promedio mensual

F = Frecuencia

Xm = Punto medio

N = Universo

Σ = Sumatoria Total

El promedio mensual de consumo por familia es de 162,34 gramos de bocadillos de guayaba, por lo que el consumo anual será de 1.948,08 gramos de bocadillo de guayaba.

10) ¿Cuánto usted estaría dispuesto a pagar por los 225 gramos del producto en tarrina o repostero en barras?

CUADRO # 16

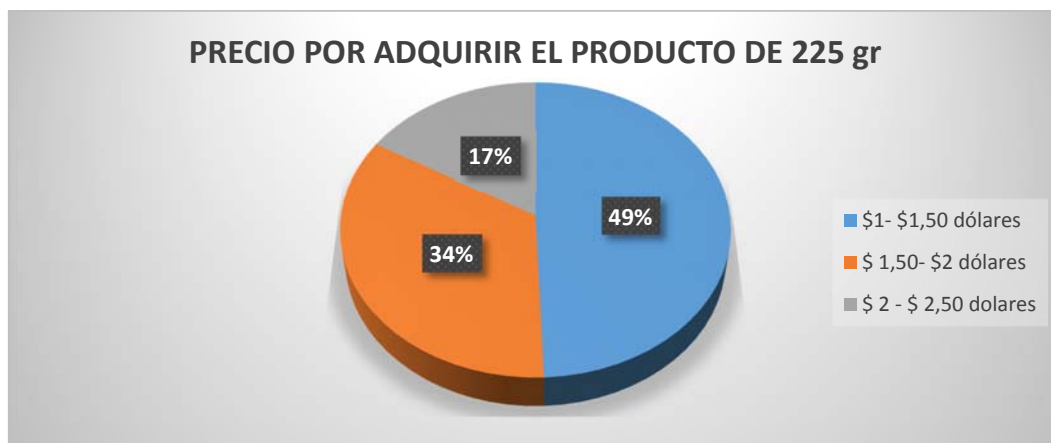
PRECIO POR ADQUIRIR EL PRODUCTO DE 225 gr

PRESENTACIÓN	PROMEDIO (XM)	FRECUENCIA (F)	VALOR PROMEDIO 225 GR (F.XM)	%
\$1- \$1,50 dólares	\$ 1,25	39	\$48,75	49%
\$ 1,50- \$2 dólares	\$1,75	27	\$47,25	34%
\$ 2 - \$ 2,50 dólares	\$ 2,25	13	\$29,25	16%
TOTAL	\$ 5,25	79	\$125,25	100%

FUENTE: ENCUESTA
ELABORADO: EL AUTOR

$$x = \frac{\sum XM \times F}{n} = \frac{125,25}{79} = \$1,59, \text{ Valor promedio por los 225 gr bocadillo de guayaba}$$

GRÁFICO # 12



INTERPRETACIÓN:

De acuerdo al cuadro # 16, el 49% respondió que estaría dispuesta a pagar entre \$1,00 y \$1,50 dólares, el 34% entre \$1,50 a \$2,00 dólares, y el 16 % entre \$2,00 y \$2,50 dólares por adquirir el producto en esta presentación.

Se determinó el precio promedio de \$1,59 dólares para los 225 gramos del producto.

11) ¿En qué lugar le gustaría adquirir el producto? Determine una solo opción

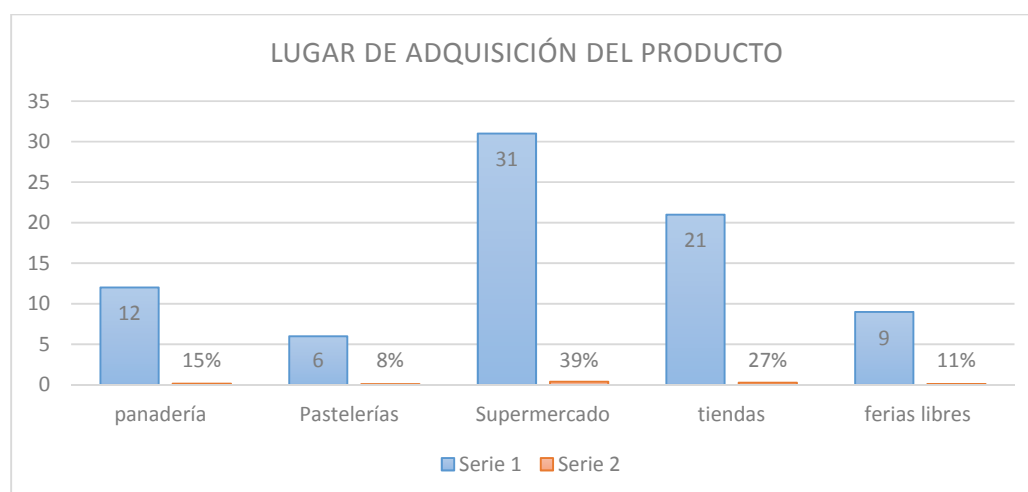
CUADRO # 17

LUGARES DE ADQUISICIÓN DEL PRODUCTO

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
panadería	12	15%
Pastelerías	6	8%
Supermercado	31	39%
Tiendas	21	27%
ferias libres	9	11%
TOTAL	79	100%

FUENTE: ENCUESTA
ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICO # 13



INTERPRETACIÓN:

El lugar donde se comercialice el producto es importante para la comodidad de los clientes, debe estar muy cercano y favorable al lugar donde ellos prefieren de acuerdo al cuadro #17, el 39% en los supermercados, el 27% en tiendas, el 15% en las panaderías, el 11% en ferias libres y el 8% en pastelerías.

De esta forma se puede determinar que los puntos de venta a los que mayormente acudirían las familias a comprar el producto bocadillo de guayaba serían los supermercados y las tiendas de la ciudad de Loja.

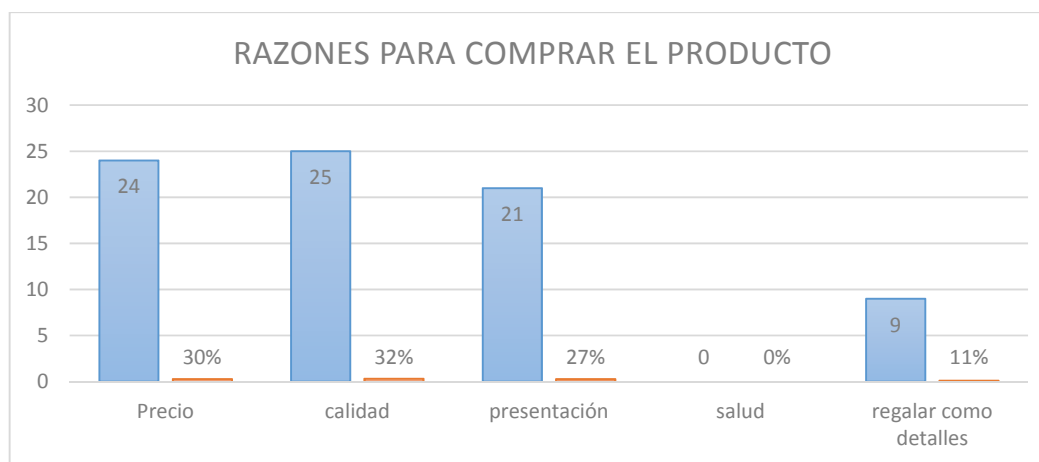
12) si comprara este producto lo haría por: (señale una opción)

CUADRO # 18
DETALLES DEL PRODUCTO

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	24	30%
calidad	25	32%
presentación	21	27%
salud	0	0%
regalar como detalles	9	11%
TOTAL	79	100%

FUENTE: ENCUESTA
ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICO # 14



INTERPRETACIÓN:

Se puede observar en el cuadro # 18 que, el 32% compraría el producto por la calidad en su contenido, el 30% por el precio, el 27% por su presentación, seguidamente el 11% para regalar como detalles.

De acuerdo a los datos obtenidos se puede evidenciar que la calidad, el precio y la presentación del producto es lo principal a tomar en cuenta por las familias de la ciudad de Loja al momento de adquirir el producto.

13) ¿Por qué medio de comunicación le gustaría que le promocioe este producto?

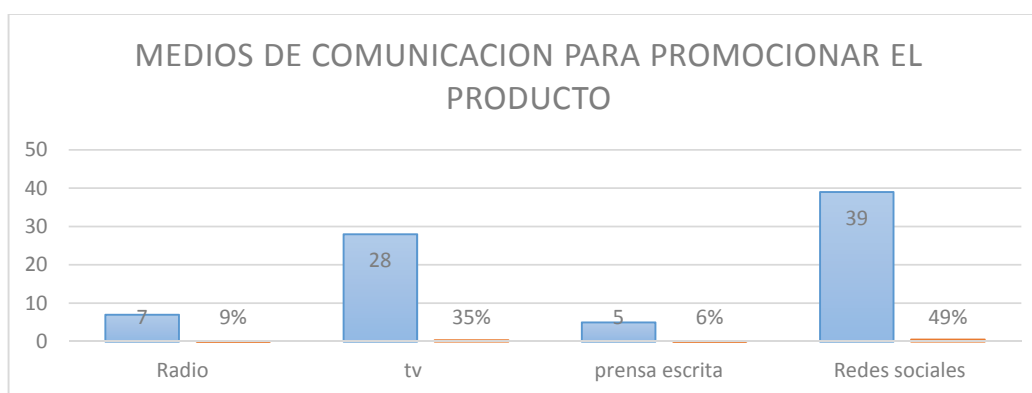
CUADRO # 19

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

DETALLE	FRECUECIA	PORCENTAJE
Radio	7	9%
tv	28	35%
prensa escrita	5	6%
Redes sociales	39	49%
TOTAL	79	100%

FUENTE: ENCUESTA
ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICO # 15



INTERPRETACIÓN:

Los medios de comunicación es una herramienta necesaria para las empresas para dar a conocer los servicios o productos que ofrece al mercado, en el cuadro #19 observamos que el 49% le gustaría que se promocioe el producto por medio de las redes sociales, el 35% por televisión, el 9% por radio y solamente el 6% por prensa escrita.

Determinando así el medio de comunicación para promocionar el producto siendo el más importante las redes sociales.

14) ¿Qué tipo de promociones le gustaría recibir por comprar este producto?

CUADRO # 20
PROMOCIONES PARA EL PRODUCTO

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Descuentos	38	48%
Productos gratis	25	32%
sorteos	16	20%
TOTAL	79	100%

FUENTE: ENCUESTA
ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICO # 16



INTERPRETACIÓN:

En esta interrogante acerca de las promociones del producto, observamos en el cuadro # 20 que, el 48% le gustaría recibir descuento por la compra del producto, el 32% le gustaría llevar productos gratis, y el 20% sorteos.

Lo que indica que la población encuestada tiene como preferencia adquirir descuentos por la compra del producto.

15) ¿Qué características sugiere Ud., que debe tener este nuevo producto?

CUADRO # 21
SUGERENCIAS PARA EL PRODUCTO

DETALLE	FRECUECIA	PORCENTAJE
Precio cómodo – bajos precios	35	44%
Presentación novedosa	21	27%
Buena calidad	23	29%
TOTAL	79	100%

FUENTE: ENCUESTA
ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICO # 17



INTERPRETACIÓN:

Las características del nuevo producto son atributos que le convierten en preferido por los consumidores, como se puede observar en el cuadro # 21, el 44% nos manifestaron que un buen atributo para este producto sería tener un precio cómodo y que sea accesible para las familias, el 29% manifestó sugiere que el producto se elabore de muy buena calidad y el 27% sugirió que el producto se realice en una presentación novedosa.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Para analizar la oferta del producto bocadillo de guayaba en la ciudad de Loja es necesario indicar que se comercializan diferentes marcas de dulce en los mercados locales destinadas a las familias, los cuales son distribuidos directamente desde el productor, mientras que otros lo adquieren por medio de intermediarios.

Para ello se realizó 20 entrevistas a comercializadores de este tipo de bocadillo en la ciudad de Loja, esto se realizó con el propósito de conocer y tener una referencia de la calidad, precio y diferentes presentaciones que ofrecen de este producto, para conocer si nuestro producto tendrá una buena acogida dentro del mercado local.

CUADRO #22

CENTRO DE COMERCIALIZACIÓN PRINCIPAL DE LA CIUDAD DE LOJA

Nro.	Empresas	Dirección
1	Micro mercado de Paso	Centro de la ciudad de Loja
2	Autoservicio Puerta de Sol	18 de noviembre entre Miguel Riofrio y Azuay.
3	Supermercado Romar	18 de noviembre (Eguiguren)
4	Zerimar	Ancón y Gran Colombia
5	Sucursal Zerimar	18 de Noviembre s/n y miguel Riofrio y Azuay
6	Supermercado Galtor	18 de noviembre 09-34 y Rocafuerte
7	TIA centro	10 DE agosto entre Sucre y Bolívar
8	TIA Plaza del valle	Av. Orillas de Zamora entre Guayaquil y, Azogues, Loja
9	Micro mercado de Paso	Av. Manuel Carrión Pinzano
10	Autoservicio Merca Max	Miguel Riofrio
11	Supermercado Yerovi	Calle Mercadillo
12	Supermercado COSFFA	AV. Gran Colombia
13	Mercado Mayorista	Calle Machala
14	Micro mercado Raquelita	San Sebastián (Calle Bolívar y Azuay)
15	Autoservicio Ecomax	10 de Agosto y Gran Colombia
16	Maxce Supermercado	Av. 18 de Noviembre
17	Comercial Galvan	Centro de la ciudad de Loja
18	Micro mercado La Argelia	Av. Pio Jaramillo Alvarado
19	Gran Aki	Av. y, Ave Orillas del Zamora & Juan de Alderete
20	Supermaxi La Pradera	Av. 18 de Noviembre, Av Gobernación de Mainas s/n

ELABORADO: EL AUTOR

Encuesta realizada a los representativos negocios o puntos de venta, donde se comercializa bocadillo de guayaba en la Ciudad de Loja.

TABULACION DE ENCUESTAS A OFERTANTES

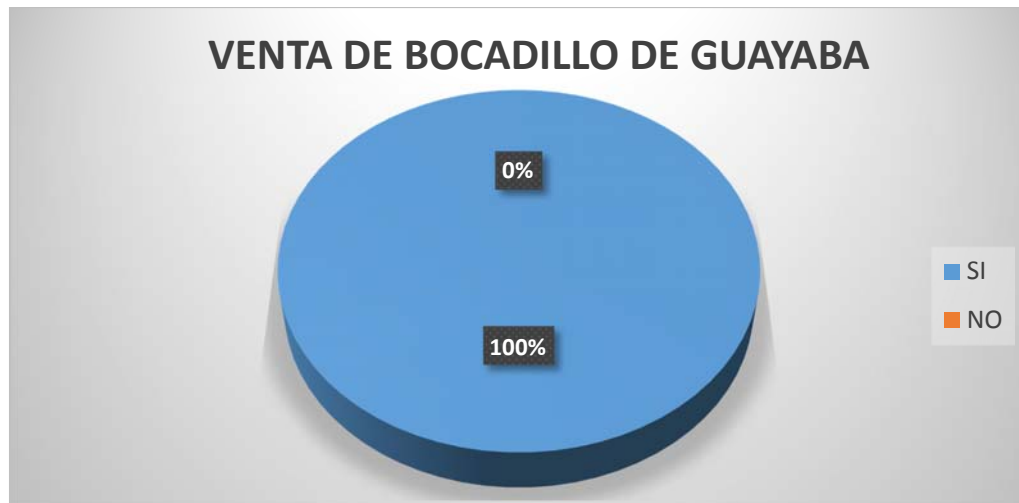
1) ¿Comercializa bocadillo de guayaba en su local comercial?

CUADRO # 23
VENTA DE BOCADILLO DE GUAYABA

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	20	100%
NO	0	0%
TOTAL	20	100%

FUENTE: ENCUESTA
ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICO # 18



INTERPRETACIÓN:

En la pregunta #1 realizada a los ofertantes se preguntó si comercializan bocadillo de guayaba en su local comercial a lo que el 100% nos supo manifestar que si comercializan bocadillo de guayaba en sus locales comerciales.

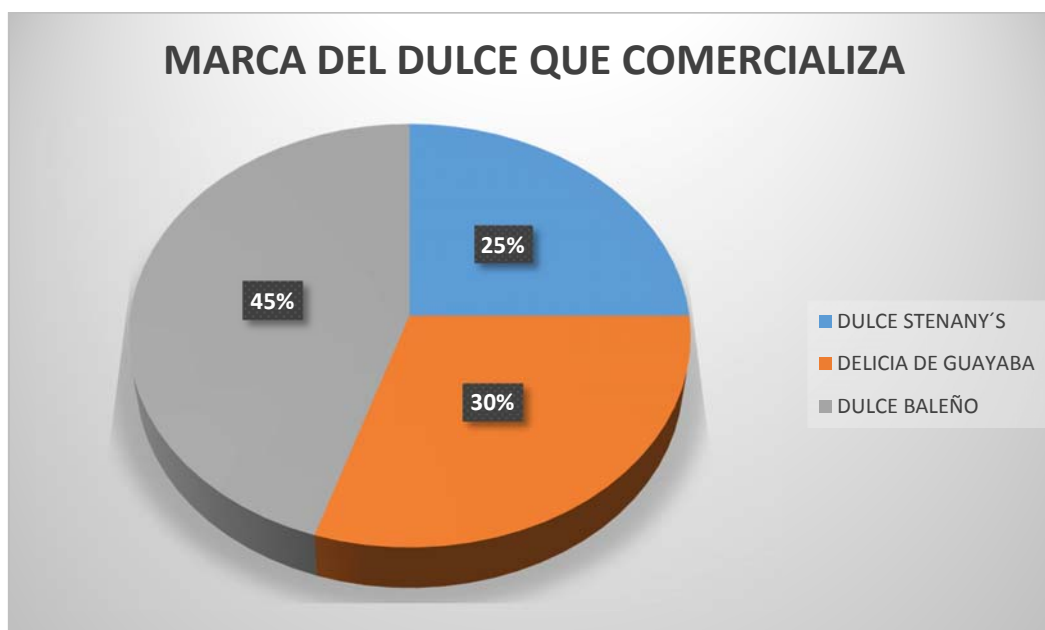
2) ¿Qué marca de bocadillo de guayaba usted comercializa?

CUADRO # 24
MARCA DEL PRODUCTO

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DULCERIA STEFANY'S	5	25%
DELICIA DE GUAYABA	6	30%
DULCE BALEÑO	9	45%
TOTAL	20	100%

FUENTE: ENCUESTA
ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICO # 19



INTERPRETACIÓN:

Se preguntó a los ofertantes cual es la marca del producto que ellos comercializan, lo que se puede observar en el cuadro #24 que el 45% comercializa dulce BALEÑO, el 30% DELICIA DE GUAYABA y el 25% DULCERIA STEFANY'S, siendo estas las principales marcas competidoras.

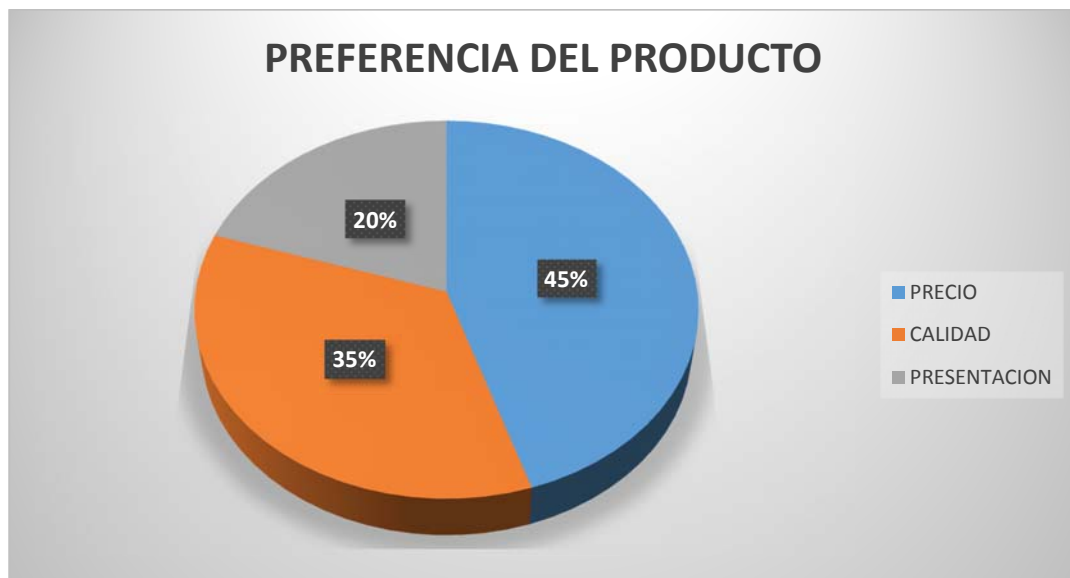
3) ¿Por qué prefiere esta marca del producto?

**CUADRO # 25
PREFERENCIA DEL PRODUCTO**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRECIO	9	45%
CALIDAD	7	35%
PRESENTACIÓN	4	20%
TOTAL	20	100%

FUENTE: ENCUESTA
ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICO # 20



INTERPRETACIÓN:

Se preguntó a los ofertantes porque prefieren esta marca de producto, mediante el cuadro #25 observamos que el 45% prefiere el producto por el precio, el 35% por la calidad y el 20% por la presentación.

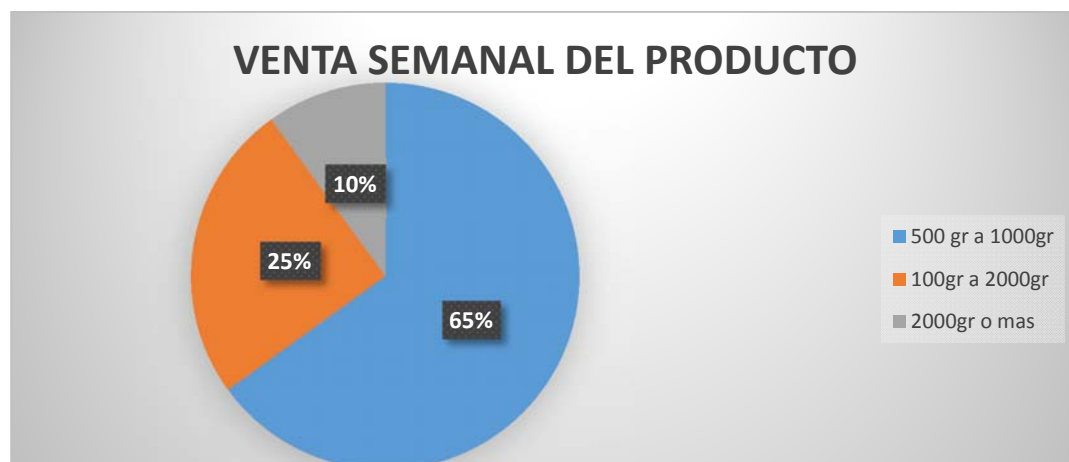
4) ¿Cuántos gramos de bocadillo de guayaba usted vende semanalmente?

CUADRO # 26
VENTA SEMANAL DEL PRODUCTO

DETALLE	VENTA SEMANA	FRECUENCIA	VET. PROM. SEMN	PORCENTAJE
500 gr a 1000 gr	750 gr	13	9750 gr	65%
1000gr a 1500 gr	1250 gr	5	6250 gr	25%
1500gr A 2000 gr	1750 gr	2	3500 gr	10%
TOTAL	3750gr	20	19500 gr	100%
VENTA PROMEDIO SEMANAL			975 gr	
VENTA PROMEDIO AL AÑO			50700 gr	
TOTAL VENTA AL AÑO			1'014,000 gr	

FUENTE: ENCUESTA
ELABORADO: EL AUTOR

GRÁFICO # 21



INTERPRETACIÓN:

SE interrogo a los ofertantes cuantos gramos de bocadillo de guayaba vende semanalmente a lo que el 65% manifestó que vende de 500 a 1000gr, el 25% nos dijo que vende semanalmente alrededor de 1000 a 1500 gramos, mientras que el 10% nos contestó que vende alrededor de 1500 a 2000 gr por semana.

g) DISCUSIÓN

1. ESTUDIO DE MERCADO

1.1 Análisis de la demanda

En este análisis se pretende conocer la situación actual de la demanda del producto; se determina la demanda potencial, la demanda total, demanda efectiva y la demanda real, de esta forma se podrá obtener datos reales sobre la demanda existente en el mercado por el producto que se desea introducir. Para el análisis de la demanda del bocadillo de guayaba, se fijó una muestra del total de universo de 381 encuestas para aplicarlas a las familias de la ciudad de Loja, en donde se determinó gustos y preferencias de los consumidores, cantidad promedio de consumo y el deseo de adquirir el nuevo producto que se desea desarrollar a través del presente estudio.

Para proyectar la demanda se toma la tasa de crecimiento de las familias de la ciudad de Loja que es de 2.65% que nos permitirá realizar la proyección.

CUADRO # 27
PROYECCIÓN DE LAS FAMILIAS DE LA CIUDAD DE LOJA

NRO	AÑOS	POBL. DE LOJA	POBL. FAMILIAS DE LOJA
		(Crec. 2,65%)	
0	2017	204492	51123
1	2018	209911	52478
2	2019	215474	53868
3	2020	221184	55296
4	2021	227045	56761
5	2022	233062	58265
6	2023	239238	59809
7	2024	245578	61394
8	2025	252086	63021
9	2026	258766	64691
10	2027	265623	66406

FUENTE: ENCUESTA
ELABORADO: EL AUTOR

1.2 Demanda potencial

Para calcular la demanda potencial o total para el producto bocadillos de guayaba se tomó los datos obtenidos a través de las encuestas realizadas a los consumidores específicamente de las preguntas 1 y 2, en las que se preguntan si consumen o no bocadillo dulces elaborados a base de frutas (pregunta 1) y además que cantidad consume de dicho producto (producto 2), por lo que representados ya los datos en el cuadro # 5 podemos establecer claramente cuál es el consumo promedio mensual y anual del producto por parte de los consumidores; promedio que es de suma importancia para poder determinar la demanda total del producto.

Según las encuestas realizadas la demanda potencial para la implementación de esta empresa es de 28% del total de la población total que es 51.123 lo que representa un número de 14. 314, 44 familias que consumen bocadillos dulces elaborados a base de frutas. Cabe recalcar que para analizar cuál es la población consumidora se aplicó una regla de tres, en la que:

SI: $51123 \begin{array}{l} \swarrow 100\% \\ \searrow 28\% \end{array}$ $X \leftarrow 28\% = (51123 * 28\%) / 100\% = 14.314,44$

Para la determinación del promedio de consumo mensual y anual por familia se aplicó la siguiente fórmula matemática:

$$x = \frac{\sum XM}{f} = x = \frac{41.850}{108} = 387,5$$

Realizadas las encuestas se pudo determinar que la demanda total para la implementación de esta empresa productora es 387,5 gramos al mes, dando como resultado un consumo promedio de 4.650 gramos anual.

CUADRO # 28
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL O TOTAL ACTUAL

Años	Total de familias	% Pobl. Consume 28%	Promedio Cons. Anual en gramos	Demanda Potencial en gramos	Demanda Potencial. envases de 225 gr
0	51.123	14.314	4.650	66'562.146	295.831,76
1	52.478	14.694	4.650	68'326.356	303.672,69
2	53.868	15.083	4.650	70'136.136	311.716,16
3	55.296	15.483	4.650	71'995.392	319.979,52
4	56.761	15.893	4.650	73'902.822	328.456,99
5	58.265	16.314	4.650	75'861.030	337.160,13
6	59.809	16.747	4.650	77'871.318	346.094,75
7	61.394	17.190	4.650	79'934.988	355.266,61
8	63.021	17.646	4.650	82'053.342	364.681,52
9	64.691	18.113	4.650	84'227.682	374.345,25
10	66.406	18.594	4.650	86'460.612	384.269,39

FUENTE: ENCUESTA – PREGUNTA 1 Y 2
ELABORADO: EL AUTOR

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL O TOTAL

Esta demanda se determinó a través de la encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Loja, en una muestra total de 381 familias encuestadas, el total de familias para el año 2017 es de 51.123 y con una tasa de crecimiento del 2,65%.

Para obtener la demanda potencial se tomó en cuenta la pregunta número 1 de la encuesta aplicada y determinamos la demanda de la siguiente manera:

Se tomó en cuenta el total de la población en familias del año 1, el cual es de 52.478, a este valor se lo multiplico por el 28% que es porcentaje de familias que si consumen bocadillos dulces elaborados a base de frutas.

Se efectuó el siguiente cálculo para obtener la demanda potencial:

DF= (TOTAL FAMILIAS AÑO # 1) (% DE CONSUMO DE DULCE)

DF= 52.478 X 28%

DF= 14. 314 familias demandantes

Obtenemos un total de 14. 314 familias que consumen bocadillos dulces elaborados a base de frutas.

Se determinó luego el consumo promedio mensual familiar de la siguiente forma:

DP= (FAMILIAS DEMANDANTES AÑO #1) (CONSUMO PROMEDIO DE BOCADILLO DE DULCE)

DP= 14. 314 X 4. 650 gramos

DP= 683.263,56 gramos

De esta forma se obtiene que en el primer año existe un total de 14. 314 familias demandantes de bocadillos elaborados a base de frutas las cuales tienen un consumo promedio de 4,650 gramos al año, obteniendo una demanda potencial de 68'326.356 gramos de bocadillos de dulces o 303.672,69 unidades del producto de 225 gramos. Se realiza el mismo procedimiento para los demás años obteniendo los resultados representados en el cuadro anterior (cuadro # 24).

1.3 Demanda Real

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o que están dispuestos a utilizar actualmente en el mercado. Una vez calculada la demanda potencial se considera necesario establecer la demanda real del producto en la ciudad de Loja, para lo cual se ha tomado en cuenta el consumo de bocadillo de guayaba de acuerdo a la información recabada mediante la aplicación de las encuestas.

CUADRO # 29
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA REAL

Años	Total de familias	% Pobl. Consume 79%	Promedio Cons. Anual en gramos	Demanda Real en gramos	demanda. real. envases de 225 gr
0	14.314	11.308	2.150,37	24'316.512,98	108.073,39
1	14.694	11.608	2.150,37	24'962.054,06	110.942,46
2	15.083	11.916	2.150,37	25'622.884,26	113.879,49
3	15.483	12.232	2.150,37	26'302.401,18	116.899,56
4	15.893	12.555	2.150,37	26'998.906,02	119.995,14
5	16.314	12.888	2.150,37	27'714.097,58	123.173,77
6	16.747	13.230	2.150,37	28'449.674,65	126.443,00
7	17.190	13.580	2.150,37	29'202.239,64	129.787,73
8	17.646	13.940	2.150,37	29'976.888,93	133.230,62
9	18.113	14.309	2.150,37	30'770.224,93	136.756,56
10	18.594	14.689	2.150,37	31'587.344,03	140.388,20

Fuente: La Encuesta

Elaboración: El Autor

Para determinar la demanda real fue necesario tomar en consideración las familias que consumen bocadillo de guayaba en la ciudad de Loja las cuales son el 79% según las encuestas aplicadas (pregunta # 3, cuadro # 7),

Para la determinación de la demanda real se aplicó el siguiente procedimiento matemático.

- Obtención 79% consumo bocadillo de guayaba:

$$\begin{array}{l}
 \text{SI: } 14.694 \\
 X \quad \swarrow \quad \searrow \quad 100\% \\
 \quad \quad \quad \quad \quad \quad 79\% = (14694 * 79\%) / 100\% = 11.608
 \end{array}$$

El 79% representa las familias que consumen bocadillo de guayaba estas son 11,608.

Para la determinación del promedio de consumo mensual y anual por familia se aplicó la siguiente fórmula matemática:

$$x = \frac{\sum XM}{f} = \frac{15.411}{86} = 179,19$$

Realizadas las encuestas se pudo determinar que la demanda real para la implementación de esta empresa productora es de 179,19 gramos mensual, dando como resultado un promedio consumo de 2.150,37 gramos al año.

Para la obtención de la demanda real se aplicó el siguiente procedimiento:

DR= (Población que consume bocadillo elaborados a base de frutas año 1) x (% de población que consumen bocadillo de guayaba)

$$\text{DR} = 14.694 \times 79\%$$

DR= 11. 608 familias que consumen bocadillo de guayaba

Luego se realizó el cálculo para determinar la cantidad de consumo anual de la demanda real dando como resultado:

DR= Familias que consumen bocadillo de guayaba x Consumo promedio

$$\text{DR} = 11. 608 \times 2.150,37 \text{ gr.}$$

DR= 24'962.054,06 gramos de consumo real

De esta forma se obtuvo para el primer año de vida del proyecto un total de 11. 608 familias que consumen bocadillo de guayaba y una demanda real de 24'962.054,06 gramos de bocadillo de guayaba o 110.942,46 unidades de 225 gramos del producto de consumo anual. Para los siguientes años de vida del proyecto se realiza el mismo procedimiento explicado (cuadro # 29).

1.4 Demanda Efectiva

La demanda efectiva representa la cantidad de bienes o servicios de la nueva unidad productiva que son requeridos por el mercado, se considera a quienes tienen la intención y capacidad de compra, además forma parte de la demanda insatisfecha que puede ser atendida por la acción del proyecto.

**CUADRO # 30
DEMANDA EFECTIVA DEL PRODUCTO**

Años	Pobl. Demanda Real	% Pobl. consume 92%	Promd. Consumo anual en gramos	Demanda efectiva en gramos	demanda efectiva. envases de 225 gr
0	11.308	10.403	2.150,37	22'371.073,24	99.426,99
1	11.608	10.679	2.150,37	22'964.575,36	102.064,78
2	11.916	10.963	2.150,37	23'573.904,21	104.772,91
3	12.232	11.253	2.150,37	24'199.059,77	107.551,38
4	12.555	11.551	2.150,37	24'838.063,72	110.391,39
5	12.888	11.857	2.150,37	25'496.851,08	113.319,34
6	13.230	12.172	2.150,37	26'173.443,49	116.326,42
7	13.580	12.494	2.150,37	26'865.862,63	119.403,83
8	13.940	12.825	2.150,37	27'578.065,18	122.569,18
9	14.309	13.164	2.150,37	28'308.072,78	125.813,66
10	14.689	13.514	2.150,37	29'059.842,14	129.154,85

Fuente: La Encuesta

Elaboración: El Autor

Con los datos obtenidos mediante la aplicación de las encuestas se pudo determinar la demanda efectiva, se tomó en cuenta la pregunta #. 8 y 4, donde se preguntó a las familias encuestadas si desearían adquirir el producto mediante la implementación de la nueva empresa resultando que el 92% de las familias estarías dispuestos adquirir el producto (pregunta # 8, cuadro #12). De tal forma en la pregunta se determinó la cantidad real de consumen los demandantes (pregunta # 4, cuadro #8), dando como resultado un consumo promedio de 2.150,37 gramos de consumo por familia anual (cuadro # 9).

Cabe recalcar que para analizar cuál es la población consumidora se aplicó una regla de tres, en la que:

$$\begin{array}{r}
 \text{SI: } 11.308 \quad \nearrow 100\% \\
 \quad \quad \quad \searrow \\
 \quad \quad \quad X \quad \quad \quad 92\% = (11.308 * 92\%) / 100\% = 10.403
 \end{array}$$

Para la determinación del promedio de consumo mensual y anual por familia se aplicó la siguiente fórmula matemática:

$$x = \frac{\sum XM}{f} = \frac{15.411}{86} = 179,19$$

Realizadas las encuestas se pudo determinar que la demanda real para la implementación de esta empresa productora es de 179,19 gramos mensual, dando como resultado un promedio consumo de 2.150,37 gramos al año.

Con los datos previamente descritos se realizó de la siguiente manera la obtención de la demanda efectiva del bocadillo de guayaba:

DE= Familias demanda real año 1 x % familias desean consumir bocadillo de guayaba

DE= 11. 608 x 92%

DE= 10.679 familias de demanda efectiva

Para conocer el consumo del primer año de vida del proyecto se realizó de la siguiente manera:

DE= Total de familias DE x Consumo Promedio

DE= 10.679 X 2.150,37 gramos

DE= 22'964.575,36 gramos de consumo

De esta forma se obtiene en el primer año 10.679 familias demandantes, un consumo promedio de 2.150,37 gramos anual, determinando una demanda efectiva de 22'964.575,36 gramos o 102.064,78 unidades de 225 gramos del producto. De esta forma ha quedado determinada la demanda efectiva del producto y de igual manera se realiza el cálculo para los siguientes años de vida del proyecto (cuadro#30).

1.5 Análisis de la oferta

Cuando se habla de la oferta esta debe ser considerada como la cantidad de productos que se ofrece al mercado consumidor.

Para determinar la oferta del bocadillo de guayaba se recolecto la información mediante una entrevista dirigida a los propietarios de algunos locales comerciales de la ciudad de Loja, tales como supermercados, tiendas, bodegas y panaderías, siendo esta una muestra muy significativa para poder determinar la oferta actual del bocadillo de guayaba.

CUADRO # 31
PROMEDIO SEMANAL DE VENTA DE BOCADILLO DE GUAYABA EN GRAMOS

Promedio de venta de bocadillo de guayaba	Semanas al año	Promedio anual en gramos
975 gr	52	50 700 gr

Fuente: La encuesta a oferentes pregunta #4, Cuadro #. 26

Elaboración: El Autor

Para obtener el promedio semanal de venta de bocadillo de guayaba en la ciudad de Loja se tomó en consideración la encuesta aplicada a los ofertantes de bocadillo de guayaba, los cuales se han tomado como referencia 20 considerados los más importantes debido a que en la ciudad no existen empresas productoras de este producto, donde el promedio de venta de bocadillo de guayaba es de 975 gramos que al multiplicarlo por 52 semanas que tiene el año da una cantidad promedio de venta de 50,700 gramos anuales por cada uno de los oferentes existentes en el mercado local.

CUADRO # 32
OFERTA TOTAL DEL BOCADILLO DE GUAYABA EN EL MERCADO

Numero de Oferentes	Promedio anual de gramos	Total de gramos anuales
20	50,700 gramos	1'014,000 gr

Fuente: La encuesta a oferentes pregunta #4, Cuadro #. 26

Elaboración: El Autor

En el cuadro #31 se pudo determinar el promedio de venta anual de cada uno de los ofertantes, siendo esta un total de 50,700 gramos de producto al año. al multiplicar el total de oferentes de bocadillo de guayaba en el mercado por el promedio de venta anual, obtenemos una oferta total de 1'014.000 gramos de bocadillo de guayaba en la ciudad de Loja (CUADRO #32).

1.6 Proyección de la oferta

Para realizar la proyección de la oferta en el mercado de la ciudad de Loja se toma en consideración la tasa de crecimiento poblacional según los datos existentes en el INEC y por lo tanto se obtuvo los siguientes resultados de la oferta proyectada.

CUADRO # 33
PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Año	Tasa de crecimiento	Oferta Proyectada	oferta en envases de 225 gr
0	2,65%	1'014.000,00	4.506,67
1	2,65%	1'040.871,00	4.626,09
2	2,65%	1'068.454,00	4.748,68
3	2,65%	1'096.768,00	4.874,52
4	2,65%	1'125.832,00	5.003,70
5	2,65%	1'155.667,00	5.136,30
6	2,65%	1'186.292,00	5.272,41
7	2,65%	1'217.729,00	5.412,13
8	2,65%	1'249.999,00	5.555,55
9	2,65%	1'283.124,00	5.702,77
10	2,65%	1'317.127,00	5.853,90

FUENTE: La encuesta a ofertantes

ELABORADO: El Autor

Para determinar la proyección de la oferta se tomó en consideración el cuadro #. 32 donde se calculó el total de ventas en gramos anuales de los oferentes, donde se obtiene un resultado de 1'014.000,00 gramos al año, las cuales se distribuye para cada uno de los 20 principales oferentes de bocadillo de guayaba en la ciudad de Loja. Se proyectó para el primer año la oferta total donde se multiplico los 1'014.000,00 gramos por el 2,65% de crecimiento poblacional, obteniendo una cantidad de 1'040.871,00 gramos para el primer año de bocadillo de guayaba y se realiza el mismo procedimiento para el resto de años de vida del proyecto.

1.7 Demanda Insatisfecha

CUADRO # 34

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Años	Demanda efectiva en gramos	Total oferta en gramos	Demanda. insatisfecha del bocadillo de guayaba	demanda. insatisfecha. envases de 225
0	22'371.073,24	1'014.000	21'357.073,24	94.920,33
1	22'964.575,36	1'040.871	21'923.704,36	97.438,69
2	23'573.904,21	1'068.454	22'505.450,21	100.024,22
3	24'199.059,77	1'096.768	23'102.291,77	102.676,85
4	24'838.063,72	1'125.832	23'712.231,72	105.387,70
5	25'496.851,08	1'155.667	24'341.184,08	108.183,04
6	26'173.443,49	1'186.292	24'987.151,49	111.054,01
7	26'865.862,63	1'217.729	25'648.133,63	113.991,71
8	27'578.065,18	1'249.999	26'328.066,18	117.013,63
9	28'308.072,78	1'283.124	27'024.948,78	120.110,88
10	29'059.842,14	1'317.127	27'742.715,14	123.300,96

Fuente: la encuesta, la entrevista

Elaborado: el autor

La demanda insatisfecha se considera como la diferencia existente entre la demanda efectiva de los consumidores y la oferta existente por cantidad del producto que se desea introducir al mercado.

Se determinó la demanda insatisfecha del bocadillo de guayaba en la ciudad de Loja a través de los resultados obtenidos por parte de los consumidores a través de la encuesta y de los oferentes y demandantes dando como resultado la demanda insatisfecha para año # 1 es de 21'923.704,36 gramos de bocadillo de guayaba o 97.438,69 unidades de 225 gramos para la ciudad de Loja.

Para determinar la demanda insatisfecha del año 1 se efectuó lo siguiente:

DI= Demanda efectiva año 1 – Total de oferta

DI= 22'964.575,36 – 1'040.871

DI = 21'923.704,36 gramos

De esta forma para el año 1 se obtiene una demanda insatisfecha de 221'923.704,36gramos de bocadillo de guayaba, el cálculo se lo realiza de la misma manera para los siguientes años de vida del proyecto.

1.8 Plan de comercialización

Para la realización del trabajo de investigación es necesario prevenir a la empresa acerca de su posición actual y futura, puesto que esto depende de juicios anticipados en a condiciones del mercado.

La comercialización es un instrumento de la dirección de empresas que suministra a la misma, los medios para diseñar y vender el producto aprovechando los recursos de la empresa.

Para poder realizar un plan de comercialización es necesario analizar la mezcla de mercado en base a:

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

1.8.1 Producto

El bocadillo de guayaba es un dulce latinoamericano que se prepara con pulpa de fruta, panela de caña de azúcar o azúcar refinada. El producto se lo elaborará bajo las normas de calidad, que contará con el registro sanitario, logrando así una mejor garantía del mismo, sus características Son:

- Empaquetado: Se empaquetará en tarrina o repostero de plástico en presentación de 225 gramos.

- Etiquetado: En la etiqueta contiene los datos relevantes del producto.

La guayaba es una de las frutas más apreciadas por la población, su sabor y sus nutrientes hacen del mismo un alimento de alto consumo.

La empresa productora y comercializadora de bocadillos de guayaba ofrecerá al cliente y al consumidor un producto llamado “DULCE GUAYABITA” el cual constituye un alimento enriquecido con vitaminas, proteínas, calcio, sustancias que contribuyen al crecimiento de los niños y adultos.

Asimismo, el producto que se va a ofrecer será de acuerdo a las exigencias y requerimientos de los clientes, con altos estándares de calidad, a precios accesibles y de acuerdo a los de la competencia.

1.8.2 Presentación

La presentación que tendrá el bocadillo de guayaba en el mercado de la ciudad de Loja será en envase de plástico (tarrina, repostero, container) y contendrá 225 gramos del

producto en barras. El cual estará elaborado bajo las máximas condiciones de higiene y salubridad.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas se obtuvo que los consumidores tienen preferencia por los envases o tarrina de plástico para el consumo de este producto, es una poderosa herramienta de promoción y venta.

GRÁFICO # 22



Elaboración: el autor

1.8.2.1 Etiqueta

La etiqueta es una parte importante del producto que puede estar visible en el empaque y/o adherida al producto mismo y cuya finalidad es la de brindarle al cliente útil información que le permita en primer lugar, identificar el producto mediante su nombre, marca y diseño; y en segundo lugar, conocer sus características (ingredientes, componentes, peso, tamaño), indicaciones para su uso o conservación, precauciones, nombre del fabricante, procedencia, fecha de fabricación y de vencimiento. Entre otros datos de interés que depende de las leyes y normativas vigentes.

GRÁFICO # 23



Elaboración: El Autor

1.8.2.2 Slogan

Es la frase con la cual nuestra empresa reflejara su filosofía y a su vez le permitira a los consumidores recordar quien somos. El slogan para posicionar la marca del producto será:

GRÁFICO # 24



“DULCE GUAYABITA” el sabor que endulza tu vida”

Elaboración: El Autor

1.8.3 Precio

El precio es un aspecto muy importante al momento de lanzar un producto al mercado y ofrecerlo a los consumidores, este debe ser fijado tomando en cuenta los precios de la competencia, los costos en los cuales se incurren para la realización del producto y en

base a las respuestas obtenidas en la encuesta sobre cuanto están pagando por el producto, no podemos fijar un precio demasiado alto debido a que la competencia tendrá ventajas, tampoco podemos fijar un precio demasiado bajo ya que la calidad tiene estrecha relación con el precio por lo tanto si el precio es muy bajo se tiende a pensar que el producto no es de calidad.

Para determinar el precio de nuestro producto se utilizó el método de costos, que consiste en sumar todos los costos y luego añadirle el margen de ganancia o utilidad que queremos ganar.

Para obtener el precio del producto se tendrá que realizar al siguiente formula:

$$\mathbf{P.V.P = C.U.F. (Costo unitario de Fabricación) X \% UTILIDAD}$$

1.8.4 Plaza o distribución

Consiste en la selección de los lugares o puntos de venta en donde se vender u ofrecer el producto, algunas estrategias que se pudo aplicar relacionadas a la plaza o distribución son:

- Es importante dar a conocer el producto de tal manera que se posicione de manera importante en la mente del consumidor, esto se puede lograr través de la participación en ferias donde se puede degustar y conocer la calidad y los beneficios que brinda el bocadillo de guayaba.
- Los principales canales de distribución serán, Panaderías, Locales comerciales de dulces, Supermercados, Tiendas, Ferias artesanales o alimenticias.

1.8.4.1 Canales de distribución

Es conveniente aplicar el canal de distribución más adecuado, con el fin de disminuir costos y evitar deterioros del producto. A continuación se indica el canal que se va a utilizar.

GRÁFICO # 25



Elaboración: El Autor

1.8.5 Promoción

Entre las principales estrategias de promoción que se utilizaran están:

- Concursos
- Entregar productos gratis

1.9 Publicidad

Se utilizará los principales medios de comunicación, con el objetivo de hacer este producto llegue más rápido al consumidor, entre ellos están:

1.9.1 Internet

Hoy en día el internet se ha convertido en una de las principales herramientas para comercializar productos nuevos en el mercado, es por esto que se creará una página web en las redes sociales (Facebook, twitter, Instagram) que ofrezca toda la información de importancia para el cliente como: características y beneficios del producto, precios, lugares donde lo pueden encontrar, etc.

Redes sociales

Utilizaremos estas herramientas como medios para hacer conocer nuestro producto ya que son las más asentadas en la actualidad debido principalmente a su bajo coste y su facilidad de uso.

Nuestra estrategia se delimitará a promocionar y trabajar tácticas que ayuden a que este producto llegue a las personas adecuadas, estos son:

- **Textos e Imagen.** - los textos que lo acompañen deben ser reales y llamativos, para así acaparar la atención del lector y animarle a que vaya a donde nosotros queremos, ya sea nuestra página web o tienda física.

- **Concursos.** - La realización de concursos o sorteos que hemos considerado son una gran posibilidad de promoción de un producto o servicio. Esta estrategia en las redes sociales, es donde mejor acogida y mayor facilidad dispone. Pues como conocemos no hay algo más interesante que le guste más al ser humano que la palabra “Gratis”. Por ello utilizaremos este gancho como clave para la promoción del bocadillo de guayaba en las redes sociales para conseguir una mayor interacción con nuestros seguidores.

- **Regalos y obsequios.** – debido a que nuestra marca del producto es nueva en el mercado, obsequiaremos una pequeña muestra del producto al potencial cliente para que le haga sentir especial para e es forma ir insertándonos en el mercado. Además, regalaremos muestras de productos a otras páginas web (bloggers o influencer), para que sean ellos mismos los que se encarguen de promocionarlos.

1.9.2 Radio

Se considera como uno de los más utilizados por las personas, por lo que se ha creído conveniente realizar la promoción o publicidad por este medio de comunicación.

2. ESTUDIO TÉCNICO

El Estudio Técnico determinará los requerimientos del componente tecnológico que es la maquinaria que se utilizará para la operación y tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y costos de operación pertinentes

2.1 Capacidad Instalada

La capacidad instalada según la maquina utilizada para la producción de bocadillos de guayaba va de 20kg hasta 70kg por hora, lo que significa que podemos producir hasta 70.000 gramos por hora, lo que representa una capacidad instalada de 1'680.000,00 de gramos en el día (24 horas).

Es importante indicar que debido a que la presentación de nuestro producto es de 225 gramos, se ha creído conveniente conocer cuál es nuestra capacidad instalada en número de productos según nuestra presentación, es así que se puede identificar que nuestra capacidad instalada representada en unidades de producto de nuestra presentación es de 7.466 unidades al día o 311 unidades por hora.

Capacidad instalada en gramos

- 70 000 gramos por hora

- 70 000 *24 horas = 1'680.000,00 al día

Capacidad instalada representada en presentación de (tarrina 225 gramos)

- $1'680.000,00$ gramos / 225 gramos = 7.466 productos en el día

- $7.466 / 24$ horas = 311 unidades de productos por hora

CUADRO # 35

CAPACIDAD INSTALADA

311 productos por hora
$311 * 24 = 7.466$ unidades día
$7.466 * 5 = 37.333$ unidades semana
$37.333 * 52 = 1'941.333$ unidades al año

2.2 Capacidad Utilizada

Es la cantidad de productos que se van a producir tomando en cuenta la capacidad instalada de la maquinaria.

Para determinar la capacidad utilizada se tomó en consideración la capacidad instalada, que es de $1'680.000,00$ gramos al día o representada en unidades del producto 7.466 productos en el día, que además representa una capacidad para producir de 311 unidades de productos por hora.

Cabe recalcar que tomando en consideración el proceso productivo de nuestra empresa, hemos creído conveniente trabajar con las 311 unidades de producto por jornada laboral (8 horas).

**CUADRO # 36
CAPACIDAD UTILIZADA**

39 productos x hora
$39 * 8 = 311$ unidades día
$311 * 5 = 1.555$ unidades a la semana
$1.555 * 52 = 80.888$ unidades al año

Si tomamos en consideración que cada empresa que se inicia en cualquier tipo de negocio, es siempre menos del 100% de su capacidad instalada. Esto se debe a muchos factores como: introducción del producto en el mercado, selección de la mano de obra, materiales a utilizarse, etc.

Es por eso que la capacidad utilizada para el primer y segundo año de vida útil se utilizará el 80%, para el tercero y cuarto el 85%, para el quinto y sexto año el 90%, para el séptimo y octavo año el 95% y el noveno hasta el décimo año el 100% de esta capacidad.

A continuación, se muestra la proyección de la capacidad utilizada para los 10 años de vida útil del proyecto.

**CUADRO # 37
CAPACIDAD UTILIZADA**

Años	CAPACIDAD INSTALADA	%	CAPACIDAD UTILIZADA
1	80.888	80%	64710,40
2		80%	64710,40
3		85%	68754,80
4		85%	68754,80
5		90%	72799,20
6		90%	72799,20
7		95%	76843,60
8		95%	76843,60
9		100%	80888,00
10		100%	80888,00

ELABORACIÓN:El Autor

El cuadro anterior muestra año a año cual va a ser la producción de la empresa, según nuestra capacidad utilizada durante toda la vida útil del proyecto, se ha creído conveniente empezar a producir desde un 80% de la producción total, debido a que hay varios factores que intervienen como por ejemplo la aceptación del producto hasta la introducción de producto al mercado, para llegar hasta el año 10 con el 100% de la producción total, esperando que la aceptación del producto sea buena y tenga buena acogida por el consumidor

2.3 participación en el mercado

Tomando en consideración la demanda efectiva del producto que es 22'964.575,36 gramos o 102.064,78 unidades del producto en el año #1, en comparación con la capacidad utilizada que es 14'559,840 o 64.710 tarrinas en presentaciones de 225 gramos.

Realizando una regla de tres podemos determinar que:

$$\begin{array}{ccc} \text{Si: } 102.064,78 & \rightarrow & 100\% \\ 64.710 & \rightarrow & X \end{array} = (64.710 * 100\%) / 102.064,78 = \mathbf{63,40 \%}$$

La participación en el mercado de nuestra empresa es del 63,40%.

2.4 Localización del proyecto.

La toma de decisiones sobre la localización de la empresa es fundamental para el cumplimiento de los objetivos que se pretende alcanzar, de ahí que se debe encontrar una localización óptima que preste todas las garantías para el buen desempeño de la misma.

Para determinar el lugar más adecuado para el funcionamiento de la empresa se debe tomar en cuenta algunos aspectos importantes:

2.4.1 Aspectos localizacionales

a) Transporte o Flete.

Constituye la facilidad que tendría la empresa para transportar los materiales e insumos desde el lugar donde se los compra hasta el lugar de producción de igual manera se preverá el transporte de los productos terminados hacia el mercado consumidor; Es por tanto importante planificar donde se va a realizar la obra para estimar la facilidad de acceso de vehículos y de qué manera se puede minimizar el número de viajes para así reducir los costos por flete, si logramos este objetivo podremos considerar optima la localización de la empresa.

b) Disponibilidad y Costos de Recursos.

Sin duda alguna este es un factor importante para la localización de la empresa, que en cierta forma se relaciona con la distancia de la empresa al radio urbano además el transporte y otros costos de servicios, sin embargo la localización de la empresa no tendría mayor problema ya que no está ubicada en áreas demasiado alejadas de la ciudad, esto se lo planifica inclusive para evitar gastos mayores para el personal de la empresa.

c) mano de obra

En este aspecto es importante manifestar que para la empresa se necesitará mano de obra especializada y personal practicante aunque no tenga mayor experiencia en labores

similares, es necesario además manifestar que la presente no tendrá ningún tipo de problemas en cuanto a la movilidad de la fuerza de trabajo ya que donde va a estar localizada la empresa existe facilidad de transporte.

d) materia primas

Hay empresas que tienen dificultades con las materias primas y su transporte, ya que estas pueden ser perecederas y pueden sufrir daños que perjudiquen a la empresa, en nuestro caso usaremos materias primas como es la Guayaba, los lugares de abastecimiento los encontramos en la provincia de Zamora Chinchipe y en la parroquia de chuquiribamba que además se encuentra cerca de la ciudad de Loja para su manejo oportuno.

e) Servicios Básicos.

Es uno de los factores que inciden en la localización de la empresa, aun en contra de otros factores que puedan indicar una ubicación diferente, aunque la energía eléctrica, el agua y el teléfono pueda ser transportable a largas distancias hay casos en que las empresas tienen que obligatoriamente instalar planta propia, en nuestro caso al estar ubicados en un lugar céntrico de la ciudad de Loja no habrá escasez de este y otros recursos.

2.4.2 Macro Localización

Aquí se llega a definir la zona general, ciudad y provincia en donde va a ser la instalación de la empresa es así que; La empresa estará ubicada en Ecuador, en la provincia de Loja, en la ciudad de Loja.

GRÁFICO # 26



Fuente: internet

2.4.3 Micro Localización.

Es la fase complementaria de lo anterior, por cuanto luego de definir en forma general. Debemos determinar cuál va a ser el lugar exacto de la localización de la empresa, esto es:

Ciudad: Loja

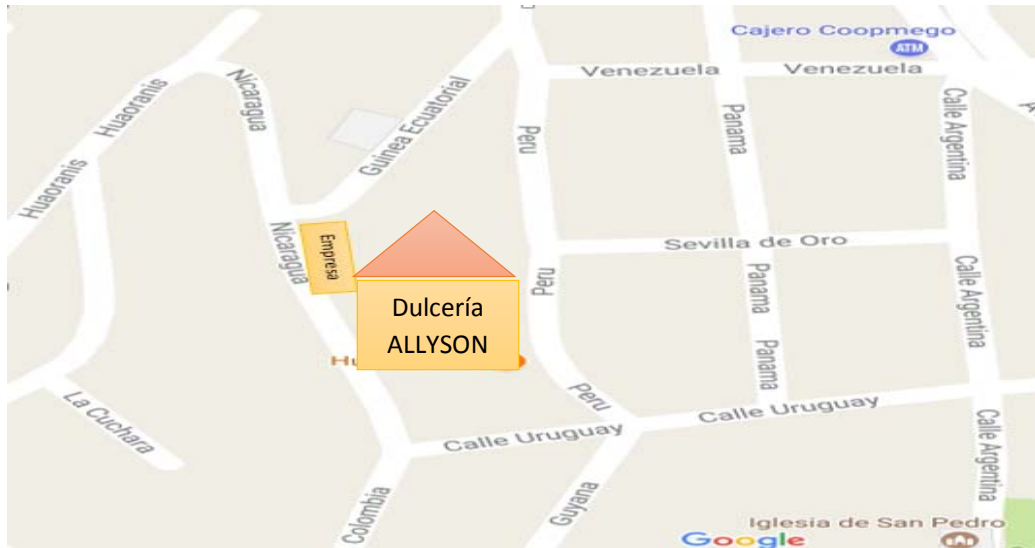
Sector: parroquia sucre” barrio peñón del oeste”

Calles: Nicaragua entre Sevilla de oro y guinea ecuatorial

La localización señalada cuenta con un gran número de factores condicionantes favorables, como son, el fácil acceso a la planta, los servicios básicos de agua, teléfono y

energía eléctrica, además de tener suficiente espacio para efectuar la producción y la infraestructura adecuada para la distribución.

GRÁFICO # 27



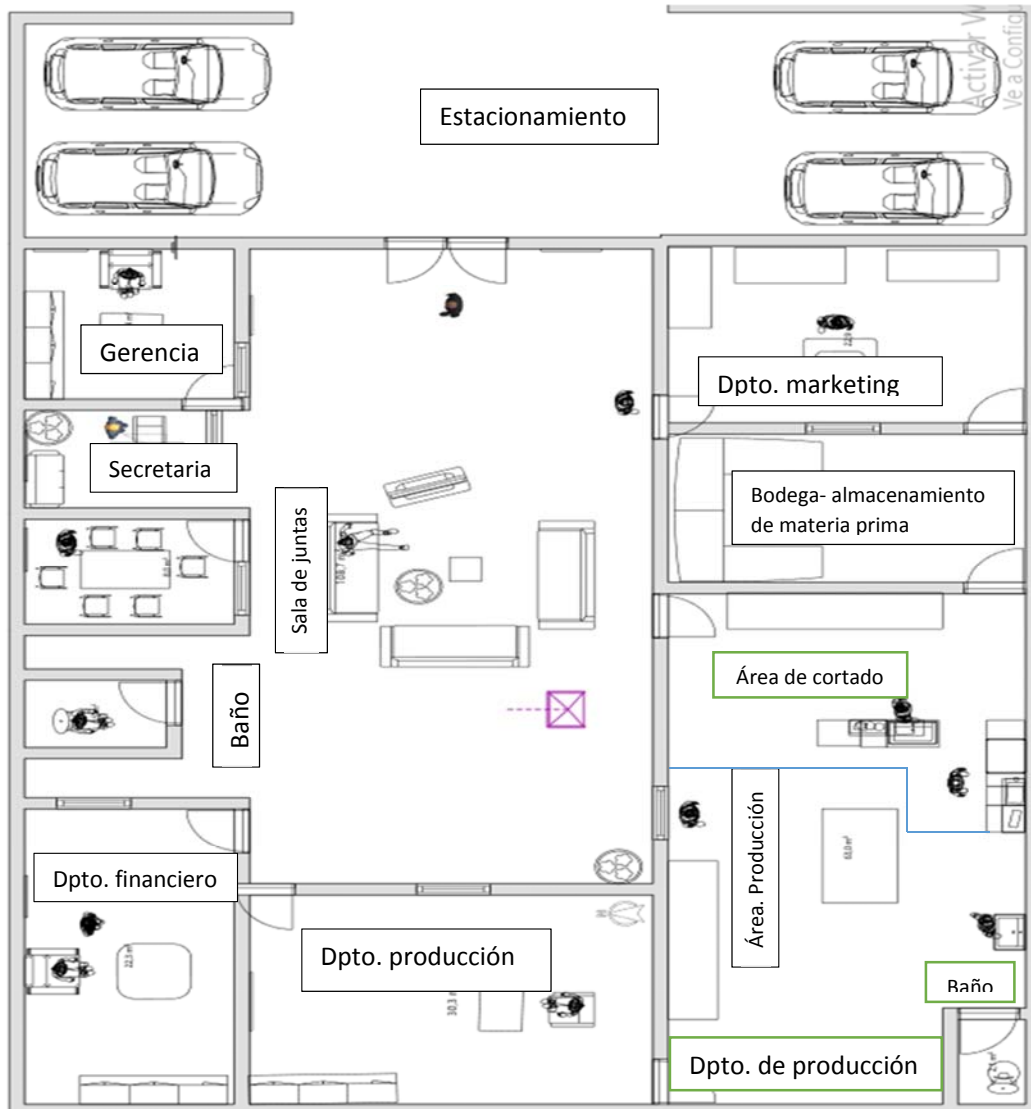
Fuente: internet- google map

Elaboración: el autor

2.5 Distribución De La Planta

Continuación se muestra la distribución de la planta y el área de ubicación y distribución de la maquinaria y equipos utilizados para la producción de bocadillo de guayaba.

GRÁFICO # 28



Elaboración: el autor

2.6 Balance De Materia Prima

CUADRO # 38

BALANCE DE MATERIA PRIMA

Materia Prima	Unidad De Medida	Cantidad	Desperdicio	Valor Unitario	Valor Total
Pulpa De Guayaba	Kg	80	10 kg Bagazo	\$1,50	\$120,00
Azúcar	Kg	50	0	\$1,00	\$50,00
Colorantes Naturales	Gramos	125	0	\$0,01	\$1,25
Jugo De Limón	Kg	5	1 kg bagazo	\$1	\$5,00
TOTAL día					\$176,25

ELABORACIÓN: El Autor

DESCRIPCIÓN

De acuerdo con el balance de materia prima realizado se puede identificar que para la elaboración de 311 unidades de bocadillo de guayaba en 8 horas se necesitara 80 kg de guayaba lo que tiene como un desperdicio de 10 kg del bagazo de la fruta, además se necesitara 50 kg de azúcar, 125 gramos de colorantes naturales y 5 kg de jugo de limón y se producirán 38 unidades de bocadillo de guayaba por hora.

2.7 Ingeniería Del Proyecto.

El objetivo del estudio del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. En ésta parte del estudio determinamos los aspectos relacionados con la tecnología necesaria, el proceso de producción, la infraestructura física requerida, así como, los equipos necesarios para la operación de la planta.

El proceso productivo es la aplicación de las formas y métodos para cambiar y transformar un conjunto de materias primas, mediante la utilización de equipos, herramientas, maquinarias y mano de obra necesarios, en un producto terminado.

2.7.1 Descripción Del Producto Y Del Proceso.

El bocadillo de guayaba es una conserva que se obtiene por la cocción de una mezcla de pulpa de guayaba y el azúcar, hasta obtener un producto de aspecto sólido y de sabor muy dulce, el cual generalmente se corta en trozos de forma rectangular para su venta y consumo. Aunque, por tradición en la elaboración del bocadillo se emplea azúcar blanca, existen otras alternativas para la elaboración de este producto.

El proceso consiste en el despulpado de la fruta y la concentración de sólidos mediante la eliminación de agua y la agregación de azúcar, hasta alcanzar entre 72° y 75 ° centígrados.

2.8 Materia Prima E Ingredientes.

2.8.1 Materia prima

Para la realización o producción de este producto se emplea lo que son las guayabas maduras y sanas, de variedades, con alto contenido de pectina y sustancias aromáticas las cuales determinan la consistencia, textura y apariencia del bocadillo.

2.8.1.1 Ingredientes:

- Azúcar blanca
- Jugo de limón o ácido cítrico

2.9 Instalaciones Y Equipos.

2.9.1 Instalaciones

El local debe ser lo suficientemente grande para albergar las siguientes áreas: recepción de la fruta, proceso, empaque, bodega, oficina, servicios sanitarios y vestidor. La construcción debe ser en bloc repellido con acabado sanitario en las uniones del piso y pared para facilitar la limpieza.

Los pisos deben ser de concreto recubiertos de losetas o resina plástica, con desnivel para el desagüe. Los techos de estructura metálica, con zinc y cielorraso. Las puertas de metal o vidrio y ventanales de vidrio. Se recomienda el uso de cedazo en puertas y ventanas.

2.9.2 Equipo

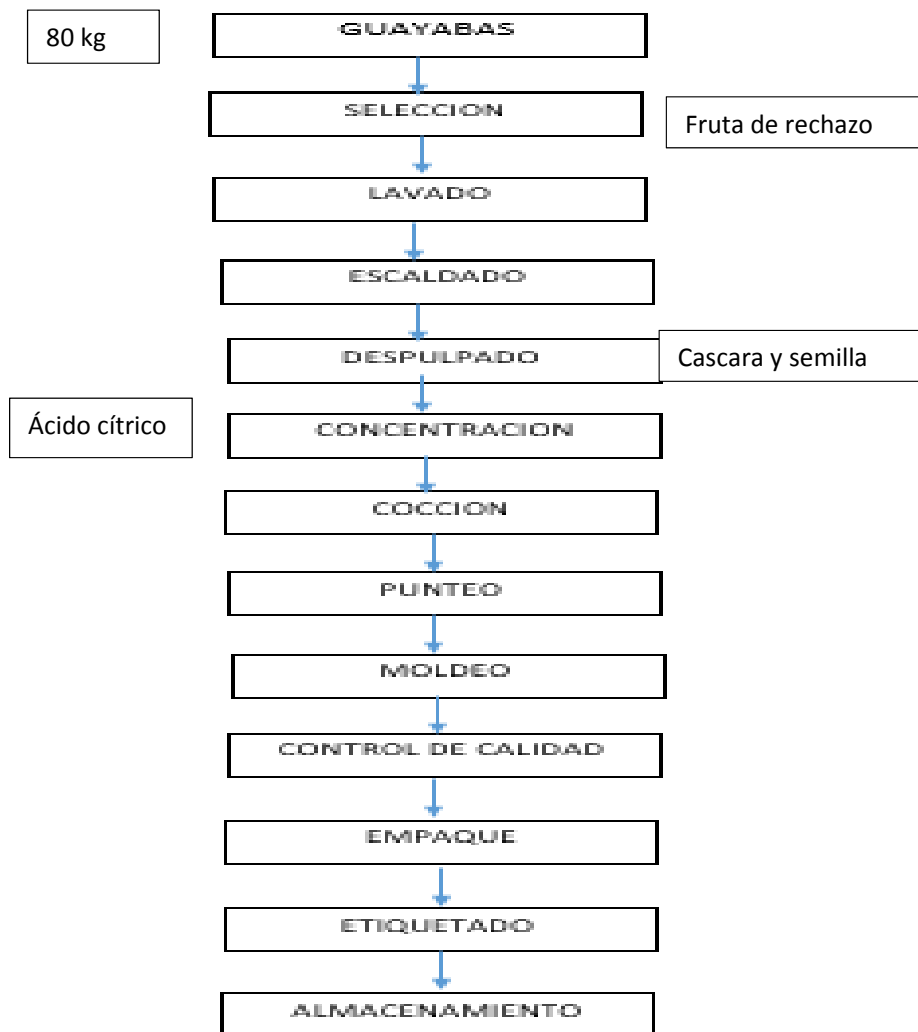
- **Máquina despulpadora:** para la separación de las semillas de la pulpa de guayaba.
- **Fuente de calor:** cocina eléctrica, de gas o leña; marmita eléctrica o vapor.
- **Refractómetro:** con escala hasta 85° centígrados.
- **Medidor de acidez**
- **Utensilios:** cuchillo, cucharas de metal, moldes rectangulares de metal.

2.10 Diagrama De Flujo Para La Producción De Bocadillo De Guayaba

Se describe paso a paso cada una de las actividades que consta en el proceso de producción. La presentación gráfica de operaciones para la producción de 311 unidades del producto es el siguiente:

GRÁFICO # 29

DIAGRAMA DE FLUJOS



ELABORACIÓN: El autor

2.11 Descripción Del Proceso.

Selección: separar la fruta que no tenga el grado de madurez adecuado, con defectos o podredumbre.

Lavado y desinfección: lavar la fruta sana con agua limpia y clorada (con una concentración de 3 ppm de cloro).

Escaldado: sumergir la fruta en agua a 95 °C durante 10 minutos. Esta operación se conoce como escaldado y tiene la función de eliminar microorganismos, suavizar la fruta y fijar el color, olor y sabor definitivos.

Extracción de la pulpa: se extrae la pulpa con la ayuda de despulpador, aparato que realiza las operaciones de trituración y separación de las semillas. Si no se dispone de despulpador se puede utilizar una licuadora o bien algún utensilio de cocina que permita machacar la fruta. Seguidamente se hace pasar la pulpa en caliente por un colador para separar las semillas.

Cocción: cocinar la pulpa en una marmita o bien en una olla de tamaño apropiado. Cuando la temperatura sube a 50 AC, agregar el azúcar.

Pulverizada o cortada en trozos pequeños. Disolver el azúcar y dejar hervir durante 20 a 25 minutos. Agitar constantemente para evitar que la mezcla se pegue.

Punteo: se continúa con el proceso de cocción hasta alcanzar entre 72 y 75 centígrados, medidos con el refractómetro. Si no se dispone de este aparato se pueden hacer pruebas empíricas, por ejemplo, se coloca una porción del líquido sobre una superficie fría,

cuando solidifica y se despegar de la superficie es porque ya tiene el "punto". Antes de finalizar la cocción se agrega el jugo de limón.

Moldeo: el líquido caliente se vierte en una mesa de metal, que han sido previamente engrasadas para que el bocado no se adhiera, hasta formar una capa de unos 4 cm de espesor. Se cubren con papel encerado y se dejan enfriar al ambiente por 8 horas.

Empaque: una vez comprobado que el bocado está bien duro, se vuelca el molde para despegar el producto y se corta en bloques rectangulares (por ej. 10 x 5 cm, 225 gr). Se empaqueta en la tarrina o contenedor plástico para su comercialización.

Etiquetado: la etiqueta se pega a mano o mecánicamente. La etiqueta deberá contener los requisitos legales (nombre del producto, fecha de vencimiento, composición, etc.).





Almacenamiento y distribución: el bocado se debe guardar en un lugar fresco, seco y limpio hasta el momento de su distribución. Si la temperatura ambiental es superior a 30 °C, hay riesgo de que se produzca reventamiento, que ocasiona que el producto se suavice y se favorezca el crecimiento de hongos

2.12 Diagrama De Flujos.

Al hablar de diagrama de flujos se refiere a las diferentes etapas por las cuales se transforman determinadas materias primas e insumos para obtener un producto terminado, en si la actividad que se desarrolla se la puede hacer representativa de la siguiente manera.

CUADRO # 39

DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO PRODUCTIVO

ACTIVIDADES					
a. Selección.	↓				20'
b. Lavado y desinfección.			→		25'
c. Escaldado.	↓				20'
d. Extracción de la pulpa.	↓				40'
e. Extracción de la pulpa.	↓		→		1,05'
f. Formulación.	↓				15'
g. Cocción.	↓		→		15'
h. Punteo.	↓		→		35'
i. Moldeo.	↓		→		40'
j. Empaquetado	↓				50'
k. Etiquetado	↓				30'
l. Almacenamiento y distribución.	↓				35'
TIEMPO				→	8 HORAS

Elaboración: El Autor

2.13 Maquinaria Y Equipo

**CUADRO # 40
MAQUINARIA Y EQUIPO**

Equipo	Descripción	Marca	Precio Unitario	Precio Total
	MAQUINA DESPULPADORA Fabricada en material de acero inoxidable, garantizando higiene en los procesos de producción, puede producir de 40kg a 250 kg de pulpa de fruta en una hora vida útil 10 años.	COMEK	\$1.200,00	\$1.400,00
	MARMITA VOLCABLE 250 KG Fabricada en acero inoxidable, garantizando higiene y durabilidad en los procesos de producción, produce de 50 a 250 litros de pulpa, vida útil 10 años.	FISHBAM	\$1.500,00	\$2.500,00
	MESA DE METAL Fabricada en acero galvanizado con la opción de acabado en lacado color marrón o verde con pintura no contaminante la cual evita la corrosión más fácilmente. – Capacidad para 200 litros de sustrato en el modelo de 150 x 75 cm de ancho.		150,00	150,00
	VENTILADOR Ventilador de pedestal Pro Breeze Professional Mini 6" para uso (2 velocidades)		25,00	50,00
TOTAL				\$4.100,00

Elaboración: El autor

Fuente: Ochoa Hermanos

3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA

Constitución de la Empresa

Es la forma legal que adquirirá la empresa al momento de constituirse de acuerdo con lo que dispone la Constitución de la República, la Ley de Compañías y las demás Leyes y Reglamentos respectivos.

De acuerdo con el Art. 1.- Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura.

Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

La Empresa de bocadillo de guayaba "DULCERIA ALLYSON" Cía. Ltda. es una Compañía de Responsabilidad Limitada, ya que cada uno de los socios responde por el monto de su aportación, la cual se dedica a la producción y comercialización de bocadillos de guayaba.

En nuestro caso el extracto de la escritura de constitución de la Compañía de Responsabilidad Limitada deberá contener:

Nombre, nacionalidad y domicilio de los socios que la forman.

Edwin Vinicio Armijos Suquilanda, Dayana Mishel Lozada Jiménez; de nacionalidad ecuatoriana y con domicilio en la ciudad y provincia de Loja.

Razón social, objeto y domicilio de la Compañía:

“DULCERIA ALLYSON.” Cía. Ltda. tendrá por objeto la producción y comercialización de bocadillo de guayaba, con domicilio en la ciudad y provincia de Loja.

Nombre de los socios autorizados para obrar, administrar y firmar por ella

En este caso para la empresa de responsabilidad limitada “DULCERIA ALLYSON” Cía. Ltda., los socios aportaran la misma cantidad de dinero en iguales condiciones es así como los 2 socios mencionados anteriormente, tienen la potestad para obrar, administrar y firmar por ella.

Suma de aportación de socios y tiempo de duración

La empresa inicia sus actividades con un capital social de \$ 17.623,12 diecisiete mil seis cientos veinte y tres dólares con doce centavos, y su lugar o domicilio industrial se encuentra ubicada en la ciudad de Loja, en la parroquia Sucre, en las Nicaragua entre Sevilla de oro y guinea ecuatorial.

La empresa de bocadillo de guayaba “DULCERIA ALLYSON” Cía. Ltda. tendrá una duración de 10 años a partir de su constitución.

Capital

Según el Art. 102 de la ley de Compañías de Ecuador: El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías.

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

Administración

Según el Art. 116 de la ley de Compañías: La junta general, formada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía. La junta general no podrá considerarse válidamente constituida para deliberar, en primera convocatoria, si los concurrentes a ella no representan más de la mitad del capital social. La junta general se reunirá, en segunda convocatoria, con el número de socios presentes, debiendo expresarse así en la referida convocatoria.

Diseño Organizacional.

Para cumplir con los objetivos del proyecto planteado, es necesario considerar el aprovechamiento de los recursos humanos de tal manera que cumplan con éxito todas

las funciones, las que deben estar relacionadas con la naturaleza de la empresa y comprometidos con los objetivos y políticas que se plantean en la misma, lográndose la eficiencia, eficacia y economía de los recursos.

-Niveles Jerárquicos de la Empresa

Conforme lo que establece en la Ley de Compañías en cuanto a la administración, estos cumplen con la finalidad de lograr las metas y objetivos propuestos por la empresa, misma que tendrá la siguiente estructura organizativa:

Nivel Legislativo: Es el máximo nivel de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará; está conformado por la Junta General de Socios, la cual la integran 2 accionistas quienes son las que dictan las políticas y reglamentos bajo la cual operará la empresa

Nivel Asesor: Este nivel no tiene autoridad de mando, es el que orientará y determinará las decisiones que alcancen un tratamiento especial siempre y cuando estén encaminadas a beneficiar a la empresa y sus recursos, pueden ser situaciones de carácter laboral, relaciones judiciales, etc., está representado por el asesor jurídico.

Nivel ejecutivo o intermedio: se integran los distintos jefes o mandos intermedios. En él se toman decisiones de tipo técnico, relativas al cumplimiento de los planes y programas diseñados para alcanzar los fines generales. Así, el jefe de ventas seleccionará a los vendedores, determinará su tarea, establecerá los sistemas de remuneración y formación, supervisará la coordinación con la dirección de marketing, etc.

Nivel Auxiliar o Apoyo: Este nivel ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia, en el que opera secretaria.

Nivel Operativo: Conformado por los departamentos de Producción, mercadotecnia y Finanzas, responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de una empresa. Es quien ejecuta materialmente las órdenes por los órganos superiores.

La empresa contará con departamentos necesarios para su funcionamiento, los que han sido establecidos de acuerdo con sus requerimientos básicos para poder desarrollar sus funciones.

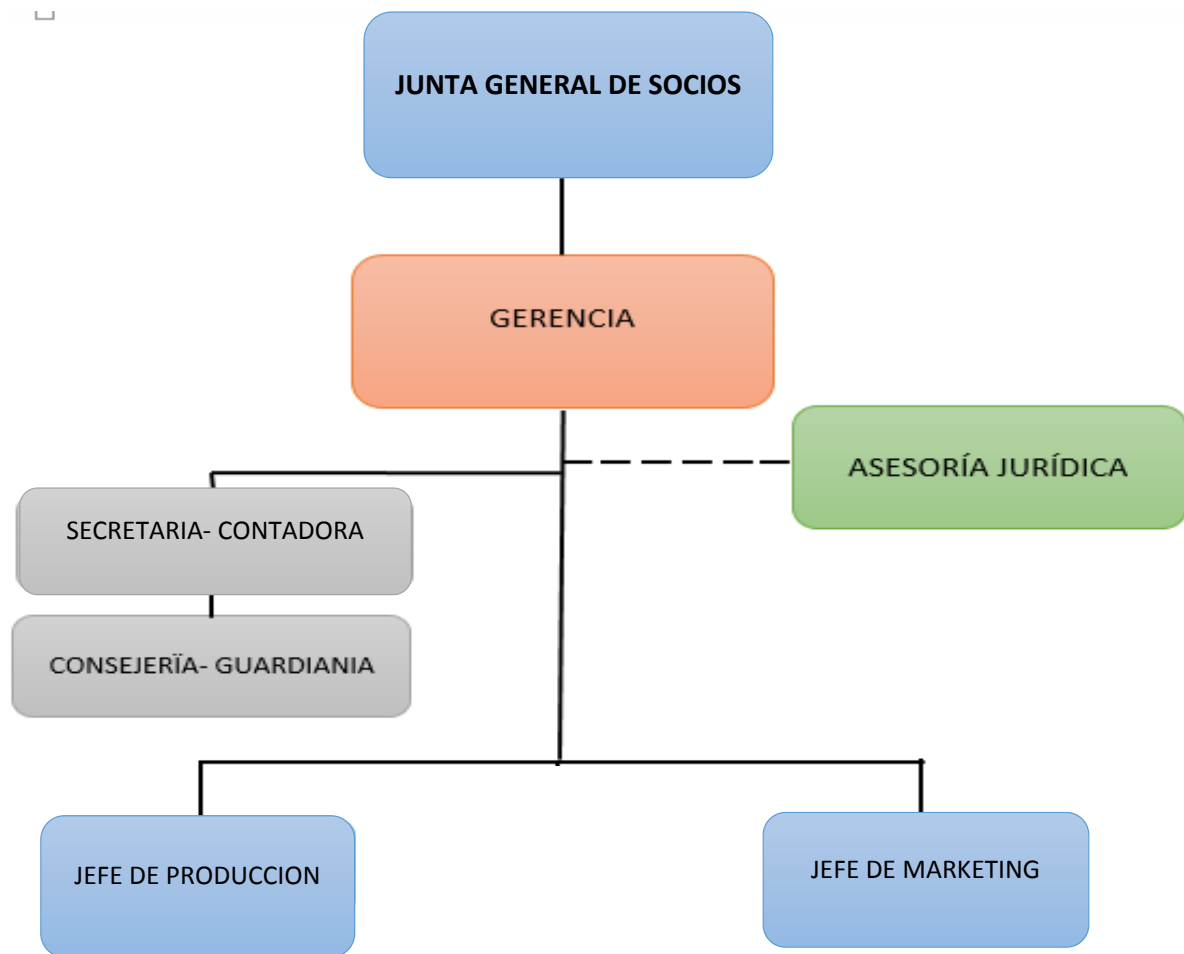
Para el presente proyecto de inversión se determina lo siguiente: organigrama estructural, funcional y posicional.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Empresa “DULCERIA ARMIJOS” Cía. Ltda. Presenta los siguientes tipos de estructura organizacional, dentro del cual se detallan los siguientes:

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA

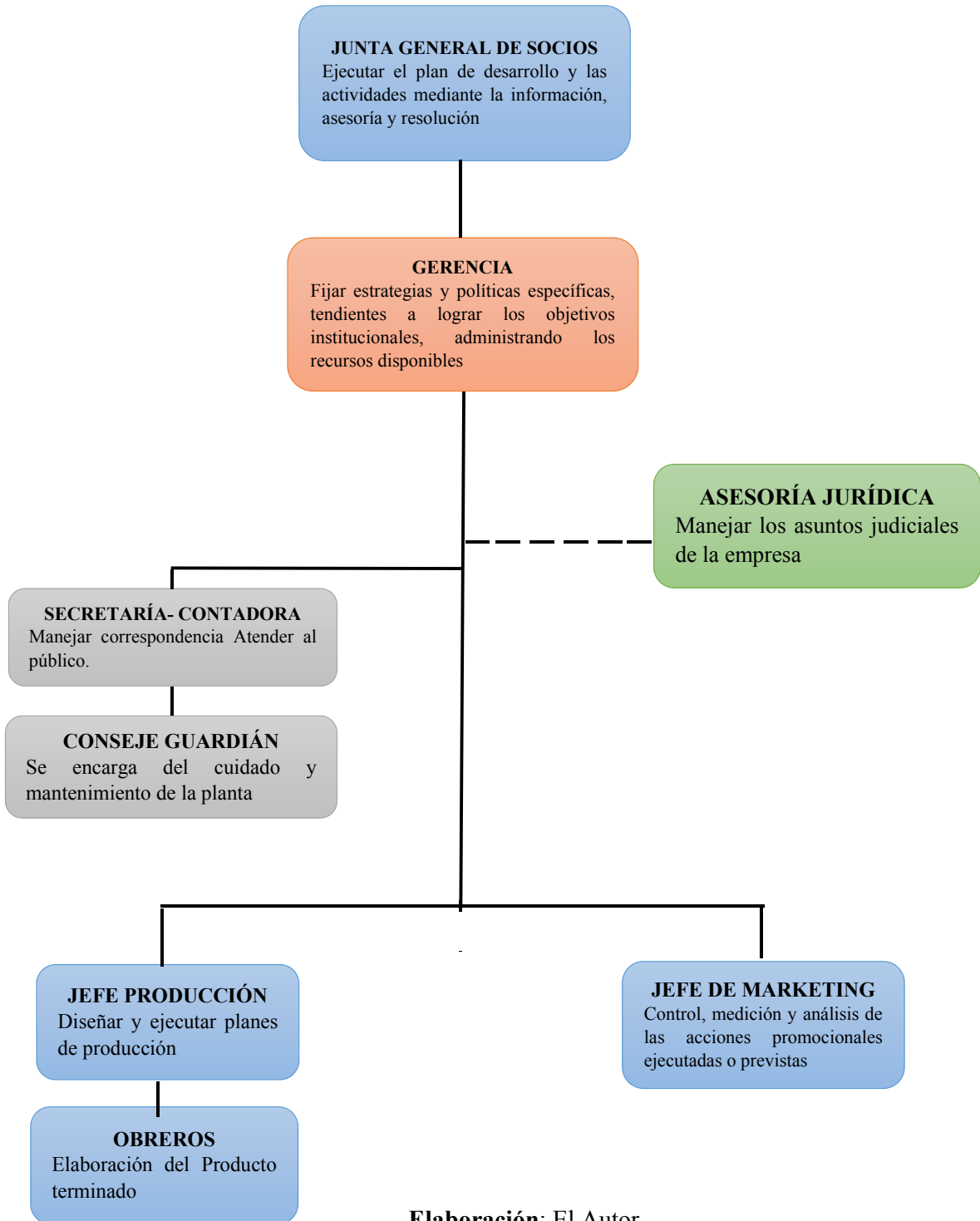
“DULCERIA ALLYSON” Cía. Ltda.



Elaboración: el autor

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA

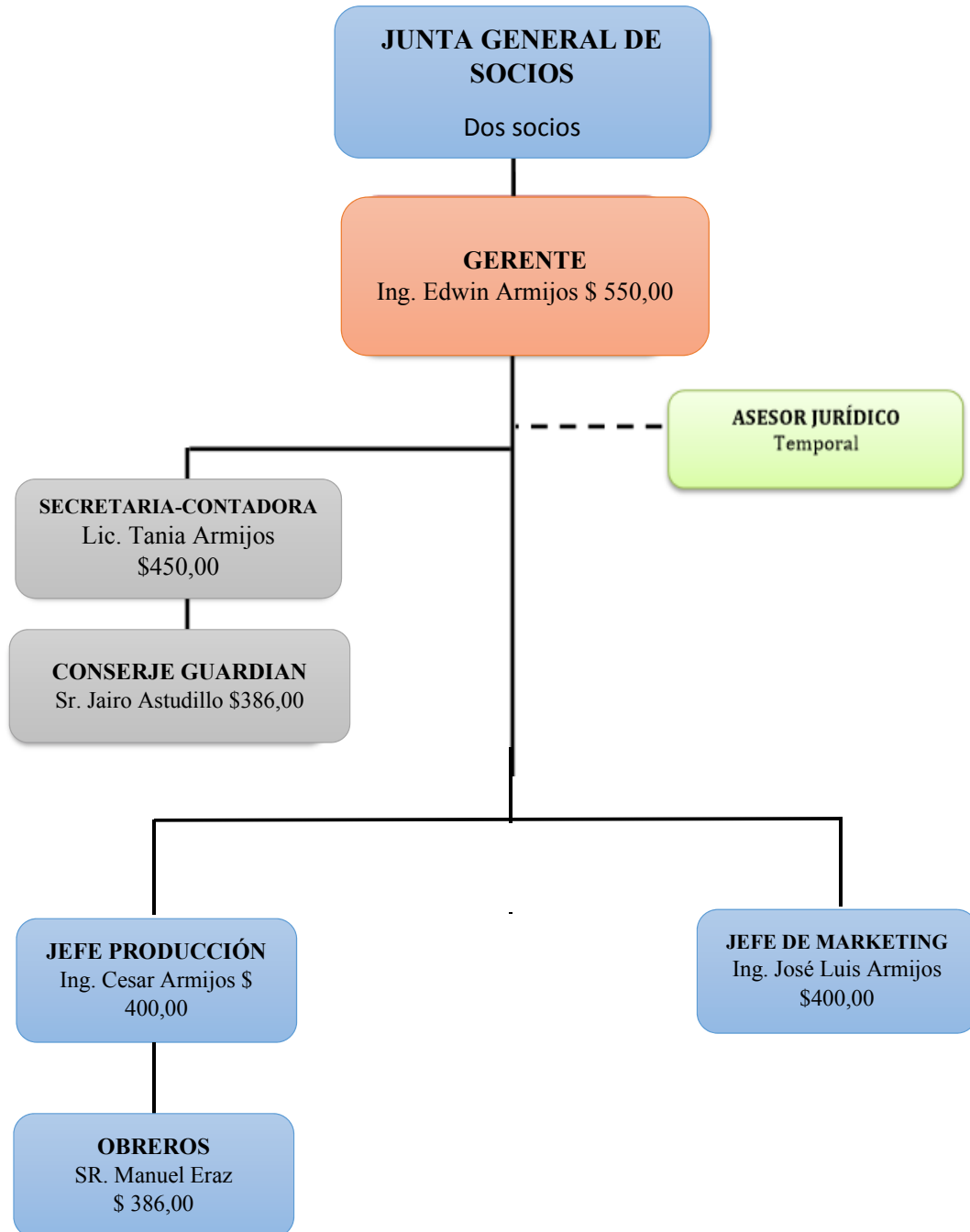
“DULCERIA ALLYSON” Cía. Ltda.



Elaboración: El Autor


ORGANIGRAMA POSICIONAL

“DULCERIA ALLYSON” Cía. Ltda.




Elaboración: El Autor


MANUAL DE FUNCIONES DEL GERENTE

<p>“Dulcería Allyson” Cia. Ltda.</p>  <p>“DULCE GUAYABITA” el sabor que endulza tu vida”</p>	<p>MANUAL DE FUNCIONES “Dulcería Allyson” Cia. Ltda.</p>	<p>CÓDIGO</p>	<p>001</p>
I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	GERENTE		
UNIDAD DE DEPENDENCIA	Asamblea general de socios		
SUBALTERNOS	Todo el personal		
NIVEL JERÁRQUICO	Ejecutivo		
II. NATURALEZA DEL PUESTO			
Llevar el proceso administrativo de la Compañía.			
III. FUNCIONES TÍPICAS			
<ul style="list-style-type: none"> • Planifica lo que va a realizar la empresa. • Organizar en forma coordinada los recursos y actividades materiales, técnicas y humanas. • Ejecutar la planificación estratégica trazada. • Controlar la ejecución del plan para realizar los ajustes correspondientes. • Representar legalmente a la empresa • Seleccionar al personal idóneo para que trabaje en la empresa. • Hacer cumplir la ley, los estatutos y las resoluciones de la junta general. • Delegar bajo su responsabilidad, funciones específicas en otro funcionario de la empresa. 			
IV. CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE			
<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad económica, técnica y administrativa en la ejecución de las tareas. • Iniciativa y criterio para resolver problemas que se pudieran presentar en la empresa. 			
V. REQUISITOS MÍNIMOS			
EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Título en Ingeniería Comercial o afines • Tener conocimientos de informática como: Excel, Word, etc. • Espíritu de liderazgo, emprendedor y motivador • Experiencia Mínima de 2 años en trabajos afines. 		


MANUAL DE FUNCIONES DEL ASESOR JURÍDICO

“Dulcería Allyson” Cia. Ltda.		MANUAL DE FUNCIONES “Dulcería Allyson” Cia. Ltda.	CÓDIGO	002
 <p>“DULCE GUAYABITA” el sabor que endulza tu vida”</p>				
I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN				
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	Asesor jurídico			
UNIDAD DE DEPENDENCIA	Gerente			
SUBALTERNOS	Ninguno			
NIVEL JERÁRQUICO	Asesor			
II. NATURALEZA DEL PUESTO				
Asesorar e informar sobre proyectos relacionados con la empresa, así como también intervenir en los asuntos legales y jurídicos de la empresa.				
III. FUNCIONES TÍPICAS				
<ul style="list-style-type: none"> • Revisar y analizar actividades relacionadas con la compra de bienes e inmuebles, derechos, acciones y más. • Facilitar asesoría o requerimientos de la Junta general de Socios, gerencia o demás unidades de la empresa. • Preparar informes y dictámenes de orden legal. • Patrocinar en defensa de la empresa en juicios de cualquier índole relacionado con sus actividades. • Participar en reuniones en Junta de socios. • Preparar memorándums, informes sobre orden jurídico que sean solicitados por los miembros ejecutivos de la empresa. 				
IV. CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE				
<ul style="list-style-type: none"> • Se caracteriza por mantener autoridad funcional y tener una participación eventual en la empresa, pero no toma decisiones. 				
V. REQUISITOS MÍNIMOS				
EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Título en Doctor en Jurisprudencia. • Experiencia de dos años en funciones similares. 			

MANUAL DE FUNCIONES DE LA SECRETARIA- CONTADORA

“Dulcería Allyson” Cia. Ltda.	MANUAL DE FUNCIONES	CÓDIGO	003
	“Dulcería Allyson” Cia. Ltda.		
“DULCE GUAYABITA” el sabor que endulza tu vida”			
VI. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	SECRETARIA - CONTADORA		
UNIDAD DE DEPENDENCIA	Gerente		
SUBALTERNOS	Conserje- guardian		
NIVEL JERÁRQUICO	Auxiliar		
VII. NATURALEZA DEL PUESTO			
Brindar a su jefe un apoyo incondicional con las tereas establecida, además de acompañar en la vigilancia de los procesos a seguir			
VIII. FUNCIONES TÍPICAS			
<ul style="list-style-type: none"> • Registrar tarjetas de control de los empleados • Elaborar oficios y guías • Elaborar órdenes de pago • Atender y orientar al público que solicite los servicios productos de una manera cortés amable para que la información sea más fluida y clara • Redactar actas de las cesiones de la Junta general de Accionistas • Manejo y supervisión de la contabilidad y responsabilidades tributarias con el SRI. Asegura también la existencia de información financiera y contable razonable y oportuna para el uso de la gerencia. • Administrar los recursos financieros de la empresa para realizar operaciones como: compra de materia prima, adquisiciones de máquinas y equipos, pago de salarios entre otros. 			
IX. CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE			
<ul style="list-style-type: none"> • Recibir e informar asuntos que tenga que ver con el departamento correspondiente, para que todos estén informados. • Optimización del proceso administrativo, el manejo inventario, y todo el proceso de administración financiera de la organización 			
X. REQUISITOS MÍNIMOS			
EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Ingeniero en finanzas, Contabilidad o Carreras afines • Manejar los programas informáticos contables. • Capacidad para trabajar en equipo • Persona de buen trato, amable, cortés y seria. • Persona proactiva y organizada. • Experiencia Mínima de 1 años en trabajos afines. 		


MANUAL DE FUNCIONES DEL CONSERJE - GUARDIAN

<p>“Dulcería Allyson” Cia. Ltda.</p>  <p>“DULCE GUAYABITA” el sabor que endulza tu vida”</p>	<p align="center">MANUAL DE FUNCIONES</p> <p align="center">“Dulcería Allyson” Cia. Ltda.</p>	CÓDIGO	004
VI. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	CONSERJE - GUARDIAN		
UNIDAD DE DEPENDENCIA	Secretaria		
SUBALTERNOS	Ninguno		
NIVEL JERÁRQUICO	Auxiliar		
VII. NATURALEZA DEL PUESTO			
Mantener las instalaciones de la empresa en buen estado y velar por la seguridad de la misma.			
VIII. FUNCIONES TÍPICAS			
<ul style="list-style-type: none"> • Registrar tarjetas de control de asistencia de los empleados • Abrir y cerrar las instalaciones de la empresa. • Atender y orientar al público que solicite información de una manera cortés y amable. • Realizar el aseo diario de las instalaciones de la empresa. 			
IX. CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE			
<ul style="list-style-type: none"> • Recibir e informar asuntos que tenga que ver con el departamento correspondiente, para que todos estén informados, responsable de resguardar las instalaciones de la empresa. 			
X. REQUISITOS MÍNIMOS			
EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • bachiller • experiencia no es indispensable 		


MANUAL DE FUNCIONES JEFE DE PRODUCCIÓN

“Dulcería Allyson” Cia. Ltda.	MANUAL DE FUNCIONES	CÓDIGO	005
 <p>“DULCE GUAYABITA” el sabor que endulza tu vida”</p>	“Dulcería Allyson” Cia. Ltda.		
I DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	JEFE DE PRODUCCIÓN		
UNIDAD DE DEPENDENCIA	Gerente		
SUBALTERNOS	Operarios		
NIVEL JERÁRQUICO	Operativo		
II NATURALEZA DEL PUESTO			
Dirección de planes de producción, política de compras y logística de materias primas, resuelve problemas relacionados con el desarrollo de alimentos a nivel industrial, su producción, transporte y almacenamiento..			
III FUNCIONES TÍPICAS			
<ul style="list-style-type: none"> • Cooperar con el departamento comercial para adaptar la producción a las necesidades de los clientes. • Planificar la producción según las especificaciones de materiales, procesos, plazos, instalaciones, etc. • Coordinar y supervisar el diseño, construcción y montaje de las nuevas instalaciones productivas, así como vigilar el mantenimiento de las existentes. • Ejecutar labores necesarias y adecuadas de manejo para una mejor Conservación y Almacenaje de Alimentos mediante un periódico control de calidad y una evaluación organoléptica de los alimentos 			
IV CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE			
<ul style="list-style-type: none"> • Optimización del proceso de producción. 			
V REQUISITOS MÍNIMOS			
EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Ingenieros en Industrias Alimentarias o afines. • Conocimiento en producción y alimentos. • Manejo de los sistemas productivos y de calidad. • Experiencia Mínima de 2 años en trabajos afines. 		

MANUAL DE FUNCIONES DEPARTAMENTO DE MARKETING

<p>“Dulcería Allyson” Cia. Ltda.</p>  <p>“DULCE GUAYABITA” el sabor que endulza tu vida”</p>	<p>MANUAL DE FUNCIONES</p> <p>“Dulcería Allyson” Cia. Ltda.</p>	<p>CÓDIGO</p>	<p>006</p>
XI. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO		JEFE DE MARKETING	
UNIDAD DE DEPENDENCIA		Gerente	
SUBALTERNOS		Ninguno	
NIVEL JERÁRQUICO		Operativo	
XII. NATURALEZA DEL PUESTO			
Lograr metas establecidas en el presupuesto de ventas de la empresa, manteniendo de forma activa las relaciones con el cliente, logrando una fidelización del mismo.			
XIII. FUNCIONES TÍPICAS			
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar prospecciones, organizar el tiempo, intentar descubrir nuevos sectores, establecer contacto previo con el cliente, preparar las rutas, preparar las visitas. • Administrar coherentemente su agenda de trabajo. • Vender los productos que ofrece empresa. • Realizar investigaciones constantes acerca del mercado y sus precios. • Asesorar de manera real y objetiva a los clientes y sus necesidades. 			
XIV. CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE			
<ul style="list-style-type: none"> • Consolidar la imagen corporativa de la organización. • Mejorar continuamente nuestro desempeño hacia el cliente 			
XV. REQUISITOS MÍNIMOS			
EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Título de Tecnólogo en Ventas o afines. • Contar con una buena expresión oral, léxico, actitud y presentación personal • Hoja de vida con todos los documentos en regla (cedula/certificado de votación, record policial) • Referencias personales del trabajo anterior • Facilidad para interactuar en grupos. • Experiencia Mínima de 1 años en trabajos afines. 		

MANUAL DE FUNCIONES OBREROS

<p>“Dulcería Allyson” Cia. Ltda.</p>  <p>“DULCE GUAYABITA” el sabor que endulza tu vida”</p>	<p>MANUAL DE FUNCIONES</p> <p>“Dulcería Allyson” Cia. Ltda.</p>	<p>CÓDIGO</p>	<p>007</p>
XVI. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	OBREROS		
UNIDAD DE DEPENDENCIA	Jefe de producción		
SUBALTERNOS	Ninguno		
NIVEL JERÁRQUICO	Operativo		
XVII. NATURALEZA DEL PUESTO			
Cumplir a cabalidad con los procesos de producción establecidos por la empresa par de esta manera brindar un buen producto al cliente.			
XVIII. FUNCIONES TÍPICAS			
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar el dulce de toronche • Ocuparse de la limpieza y mantenimiento de la empresa 			
XIX. CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE			
<ul style="list-style-type: none"> • Consolidar la imagen corporativa de la organización. • Mejorar continuamente nuestros procesos productivos. 			
XX. REQUISITOS MÍNIMOS			
EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Título de Bachiller. • Contar con una buena expresión oral, léxico, actitud y presentación personal • Hoja de vida con todos los documentos en regla (cedula/certificado de votación, record policial) • Referencias personales del trabajo anterior 		

4. ESTUDIO FINANCIERO

Inversiones

Las inversiones de un proyecto, representan los recursos financieros o capitales necesarios para el inicio y funcionamiento del mismo. Para el presente proyecto, las inversiones fueron estimadas a través de presupuestos elaborados con las diferentes cotizaciones del mercado y empresas nacionales importadoras de equipo de producción.

Activos: Son todos los bienes y derechos de propiedad de la empresa. Es un bien que la empresa posee y que puede convertirse en dinero u otros medios líquidos equivalentes. En el presente proyecto se originan 3 clases de activos: Activo Fijo, Activo Diferido y Activo Circulante o Capital de Trabajo.

Activo fijo

Son los bienes tangibles que posee una empresa que están destinados a explotación, sin que sean objetos de transacciones comerciales en el transcurso de sus operaciones, tienen una duración mayor a un año y que están sujetos a depreciaciones. Entre estos activos tenemos.

Especificaciones de los activos fijos

Para el proyecto objeto de estudio, se incluirá como activos fijos los rubros de: Equipo de producción, Utensilios de producción, Muebles y enseres, Equipo de oficina, Vehículo y Equipo de Cómputo que son indispensables para la realización del mismo.

- **Equipo de Producción.** - El precio del equipo se obtuvo mediante catálogos, proformas e investigaciones en empresas locales e internacionales (Internet) que se dedican a la venta de los mismos.
- **Utensilios de producción.** - Objetos diseñados para facilitar la realización de una tarea mecánica que requiere del uso de una cierta fuerza.
- **Muebles y Enseres.** - Se refiere a los muebles y enseres de oficina que se requieren para desarrollar las actividades administrativas.
- **Equipo de oficina.** - Conjunto de máquinas y dispositivo que se necesitan para llevar a cabo tareas propias de una oficina.
- **Equipo de Cómputo.** - Son todos los Equipos de Cómputo Electrónicos que pertenecen a la compañía: Computadoras, CPU, Monitores, Teclados, Mouses, Servidores, RACK, Drivers, Scanner, Plotters, etc.

Activo fijo

CUADRO # 41

ACTIVOS FIJOS	
DETALLE	VALOR
Maquinaria y Equipo	\$4.100,00
materiales y herramientas	\$17,50
Instalaciones	247,35
Muebles de oficina	\$340,00
Equipo de Oficina	\$102,00
Equipo de Computo	\$875,00
TOTAL	\$5.681,85

Elaboración: El Autor

Activo Diferido

Son todos aquellos rubros que se deben realizar para operar normalmente y garantizar la estabilidad de la empresa. A continuación, se describe esta inversión.

CUADRO # 42

ACTIVO DIFERIDO	
Detalle	Valor
Patente	\$2.000,00
Estudios preliminares	\$500,00
Permiso de funcionamiento	\$150,00
Organización	\$250,00
TOTAL	\$2.900,00

Elaboración: El Autor

Activo Circulante o Capital de Trabajo

Este activo está constituido por valores necesarios para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, el valor de este activo se lo detalla a continuación.

CUADRO # 43

ACTIVOS CIRCULANTES	
DETALLE	VALOR
Materia prima directa	\$2.735,42
Materia prima indirecta	\$1.161,77
Mano de Obra Directa	\$546,83
Mano de obra indirecta	\$564,10
Sueldos administrativos	\$2.022,98
Agua	\$10,36
Teléfono	\$24,00
Luz	\$30,90
Suministros de oficina	\$1,75
Útiles de aseo	\$3,94
Arriendo	\$350,00
Gastos de venta	\$617,43
Publicidad y Propaganda	\$120,00
Total	\$8.189,48

Elaboración: El Autor

Total de inversión

El resumen de la inversión total se demuestra en el siguiente cuadro.

CUADRO # 44

TOTAL DE INVERSION	
DETALLE	VALOR
Activo Fijo	\$5.681,85
Activo Corriente	\$8.144,48
Activo Diferido	\$2.900,00
TOTAL DE INVERSION	\$16.771,33

Elaboración: El autor

Fuente de Financiamiento

Una vez que se conoce el monto a invertir en la empresa, se procede a buscar las fuentes de financiamiento para ello se toma en cuenta dos fuentes, mismos que se detalla a continuación:

Fuente Interna: Constituida por el aporte de los socios; Será aportado con dinero en efectivo por parte de los socios que conforman la empresa. Esta suma asciende a **\$11.771,33** dólares americanos; que representa al **70%** de la inversión.

Fuente Externa: Constituida normalmente por las entidades financieras, privadas y estatales, a las cuales se incurre para solicitar un préstamo y financiar el proyecto. Este proyecto será financiado por el Banco del Ecuador, adquiriendo un préstamo de **\$5.000** dólares americanos que representa el **30%** del total de la inversión.

CUADRO # 45

INVERSION TOTAL	VALOR
Capital propio	\$11.771,33
Crédito	\$5.000
TOTAL	\$16.771,33

Elaboración: El Autor

Estructura de costos y establecimiento de ingresos del proyecto

La estructura de los costos comprende los Costos de Producción y de Operación, en nuestra empresa.

CUADRO # 46
ESTRUCTURA DE COSTOS

AÑOS	1er AÑO	2do AÑO	3er AÑO	4to AÑO	5to AÑO	6to AÑO	7mo AÑO	8vo AÑO	9no AÑO	10moAÑO
PRODUCTO										
bocadillo de guayaba	64710,40	64710,40	68754,80	68754,80	72799,20	72799,20	76843,60	76843,60	80888,00	80888,00
COSTO										
costo primo	\$60.097,40	\$60.797,87	\$64.113,93	\$64.442,30	\$67.774,51	\$68.119,44	\$71.468,62	\$71.830,94	\$75.197,95	\$75.578,53
costo de fabricación	\$5.667,18	\$5.791,26	\$5.918,43	\$6.048,77	\$6.182,35	\$6.319,62	\$6.459,94	\$6.603,75	\$6.751,14	\$6.902,20
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	\$65.764,58	\$66.589,13	\$70.032,36	\$70.491,06	\$73.956,86	\$74.439,06	\$77.928,56	\$78.434,69	\$81.949,09	\$82.480,73
COSTO DE OPERACIÓN										
costo administrativo	\$23.192,26	\$23.798,43	\$24.385,18	\$25.001,43	\$25.617,76	\$26.249,44	\$26.912,88	\$27.576,40	\$28.256,45	\$28.970,70
costo de venta	\$9.249,20	\$9.079,51	\$9.305,58	\$9.537,29	\$9.774,77	\$10.018,16	\$10.267,62	\$10.523,28	\$10.785,31	\$11.053,86
costos financieros	\$497,74	\$446,69	\$395,64	\$344,59	\$293,54	\$242,49	\$191,44	\$140,39	\$89,34	\$38,29
total costo de operación	\$32.939,20	\$33.324,62	\$34.086,40	\$34.883,31	\$35.686,07	\$36.510,09	\$37.371,93	\$38.240,07	\$39.131,10	\$40.062,85
COSTO TOTAL	\$98.703,78	\$99.913,75	\$104.118,76	\$105.374,37	\$109.642,93	\$110.949,15	\$115.300,49	\$116.674,76	\$121.080,19	\$122.543,58

Elaboración: El autor

Los ingresos se han establecido dividiendo el costo total del número de unidades de producto producido en este caso de bocadillo de guayaba, para lo cual se considera un margen de utilidad bruta por unidad de producto del 15% en función de la competencia.

CUADRO # 47

INGRESOS POR VENTAS							
DETALLE	PRODUCCION	COSTO UNTARIO	% UTILIDAD	MARGEN DE UTILIDAD	PRECIO	PRECIO AJUSTADO P.V.P	INGRESO POR VENTA
1AÑO	64710,40	\$1,53	15%	\$0,23	\$1,75	\$1,80	\$116.478,72
2AÑO	64710,40	\$1,54	15%	\$0,23	\$1,78	\$1,80	\$116.478,72
3AÑO	68754,80	\$1,51	15%	\$0,23	\$1,74	\$1,80	\$123.758,64
4 AÑO	68754,80	\$1,53	15%	\$0,23	\$1,76	\$1,80	\$123.758,64
5AÑO	72799,20	\$1,51	15%	\$0,23	\$1,73	\$1,80	\$131.038,56
6AÑO	72799,20	\$1,52	15%	\$0,23	\$1,75	\$1,80	\$131.038,56
7AÑO	76843,60	\$1,50	15%	\$0,23	\$1,73	\$1,80	\$138.318,48
8AÑO	76843,60	\$1,52	15%	\$0,23	\$1,75	\$1,80	\$138.318,48
9AÑO	80888,00	\$1,50	15%	\$0,22	\$1,72	\$1,80	\$145.598,40
10AÑO	80888,00	\$1,51	15%	\$0,23	\$1,74	\$1,80	\$145.598,40

Elaboración: El Autor

Análisis: El margen de utilidad considerado para el producto es del 15% para todos los años de vida del proyecto, además se realizó un ajuste de precios para cada año considerando un precio de venta al público o P.V.P de \$1,80 dólares, que al multiplicar por las unidades producidas en cada año representará el ingreso por ventas para cada año respectivamente.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Es un documento Contable que presenta los resultados obtenidos en un período económico, sean estas pérdidas o ganancias para lo cual compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un período.

Tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio, clasificándolos de acuerdo con las principales operaciones del negocio, cuyos resultados sirven para obtener mediante un análisis, conclusiones que permitan conocer cómo se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro.

INGRESOS:

Están conformados por el resultado de las ventas u otros ingresos.

EGRESOS:

Se forma por la sumatoria del Costo Primo, Gastos de Proceso de Producción, Gastos de Operación y Gastos Financieros.

CUADRO # 48

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

SIGNOS	DESCRIPCION	1AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4AÑO	5AÑO	6AÑO	7AÑO	8AÑO	9AÑO	10 AÑO
	Ingreso por ventas	\$116.478,72	\$116.478,72	\$123.758,64	\$123.758,64	\$131.038,56	\$131.038,56	\$138.318,48	\$138.318,48	\$145.598,40	\$145.598,40
(-)	Costos de Producción	\$65.764,58	\$66.589,13	\$70.032,36	\$70.491,06	\$73.956,86	\$74.439,06	\$77.928,56	\$78.434,69	\$81.949,09	\$82.480,73
(=)	Utilidad Bruta	\$50.714,14	\$49.889,59	\$53.726,28	\$53.267,58	\$57.081,70	\$56.599,50	\$60.389,92	\$59.883,79	\$63.649,31	\$63.117,67
(-)	Costos de Operación	\$32.939,20	\$33.324,62	\$34.086,40	\$34.086,40	\$35.686,07	\$36.510,09	\$37.371,93	\$38.240,07	\$39.131,10	\$40.062,85
(=)	Utilidad Neta	\$17.774,94	\$16.564,97	\$19.639,88	\$19.181,18	\$21.395,63	\$20.089,41	\$23.017,99	\$21.643,72	\$24.518,21	\$23.054,82
(-)	15% Utilidad Trabajadores	\$2.666,24	\$2.484,75	\$2.945,98	\$2.877,18	\$3.209,34	\$3.013,41	\$3.452,70	\$3.246,56	\$3.677,73	\$3.458,22
(=)	Utilidad Antes de Imp. Renta	\$15.108,70	\$14.080,23	\$16.693,90	\$16.304,00	\$18.186,29	\$17.076,00	\$19.565,29	\$18.397,16	\$20.840,48	\$19.596,60
(-)	25% Impuesto Renta	\$3.777,17	\$3.520,06	\$4.173,48	\$4.076,00	\$4.546,57	\$4.269,00	\$4.891,32	\$4.599,29	\$5.210,12	\$4.899,15
(=)	Utilidad Antes de Reserva Legal	\$11.331,52	\$10.560,17	\$12.520,43	\$12.228,00	\$13.639,72	\$12.807,00	\$14.673,97	\$13.797,87	\$15.630,36	\$14.697,45
(-)	10% Reserva Legal	\$1.133,15	\$1.056,02	\$1.252,04	\$1.222,80	\$1.363,97	\$1.280,70	\$1.467,40	\$1.379,79	\$1.563,04	\$1.469,74
(=)	Utilidad Liquida	\$10.198,37	\$9.504,15	\$11.268,38	\$11.005,20	\$12.275,74	\$11.526,30	\$13.206,57	\$12.418,08	\$14.067,32	\$13.227,70

Elaboración: El autor

PRESUPUESTO PROFORMADO DE OPERACIÓN

Una vez conocidos los costos en que incurrirá y los ingresos que generara el proyecto se debe elaborar los presupuestos correspondientes para la vida útil del proyecto, esta información es fundamental para la evaluación financiera. Se consideró el 2,49% de Inflación Anual del año 2017 según los indicadores económicos del Banco Central del Ecuador.

CUADRO # 49

PRESUPUESTO PROFORMADO DE OPERACIÓN

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO4	AÑO5	AÑO6	AÑO7	AÑO8	AÑO9	AÑO10
COSTO PRIMO										
Materia Prima Directa	\$32.825,00	\$33.642,34	\$35.744,99	\$35.744,99	\$37.847,64	\$37.847,64	\$39.950,28	\$39.950,28	\$42.052,93	\$42.052,93
Materia Prima Indirecta	\$13.941,20	\$14.288,34	\$15.181,36	\$15.181,36	\$16.074,38	\$16.074,38	\$16.967,40	\$16.967,40	\$17.860,42	\$17.860,42
Mano de Obra Directa	\$6.562,00	\$6.339,39	\$6.497,24	\$6.659,03	\$6.824,84	\$6.994,77	\$7.168,94	\$7.347,45	\$7.530,40	\$7.717,91
mano de obra indirecta	\$6.769,20	\$6.527,79	\$6.690,34	\$6.856,92	\$7.027,66	\$7.202,65	\$7.382,00	\$7.565,81	\$7.754,20	\$7.947,28
Total Costo Primo	\$60.097,40	\$60.797,87	\$64.113,93	\$64.442,30	\$67.774,51	\$68.119,44	\$71.468,62	\$71.830,94	\$75.197,95	\$75.578,53
GASTOS DE FABRICACION										
Depreciación Maquinaria	\$369,00	\$369,00	\$369,00	\$369,00	\$369,00	\$369,00	\$369,00	\$369,00	\$369,00	\$369,00
arriendo local	\$4.200,00	\$4.304,58	\$4.411,76	\$4.521,62	\$4.634,21	\$4.749,60	\$4.867,86	\$4.989,07	\$5.113,30	\$5.240,62
depreciación instalaciones	\$22,26	\$22,26	\$22,26	\$22,26	\$22,26	\$22,26	\$22,26	\$22,26	\$22,26	\$22,26
Teléfono	\$288,00	\$295,17	\$302,52	\$310,05	\$317,77	\$325,69	\$333,80	\$342,11	\$350,63	\$359,36
agua potable	\$124,32	\$127,42	\$130,59	\$133,84	\$137,17	\$140,59	\$144,09	\$147,68	\$151,35	\$155,12
energía eléctrica	\$370,80	\$380,03	\$389,50	\$399,19	\$409,13	\$419,32	\$429,76	\$440,46	\$451,43	\$462,67
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO4	AÑO5	AÑO6	AÑO7	AÑO8	AÑO9	AÑO10

Depreciación Herramientas	\$2,80	\$2,80	\$2,80	\$2,80	\$2,80	\$3,17	\$3,17	\$3,17	\$3,17	\$3,17
Amortización de activo diferido	\$290,00	\$290,00	\$290,00	\$290,00	\$290,00	\$290,00	\$290,00	\$290,00	\$290,00	\$290,00
Total Gasto de Fabricación	\$5.667,18	\$5.791,26	\$5.918,43	\$6.048,77	\$6.182,35	\$6.319,62	\$6.459,94	\$6.603,75	\$6.751,14	\$6.902,20
GASTO DE OPERACION										
GASTOS ADMINISTRATIVOS										
Sueldos Administrativo	\$22.889,79	\$23.494,26	\$24.079,26	\$24.678,84	\$25.293,34	\$25.923,14	\$26.568,63	\$27.230,19	\$27.908,22	\$28.603,13
Depreciación Muebles y Enceros	\$30,60	\$30,60	\$30,60	\$30,60	\$30,60	\$30,60	\$30,60	\$30,60	\$30,60	\$30,60
Depreciación Equipo de Computo	\$194,44	\$194,44	\$194,44	\$209,33	\$209,33	\$209,33	\$225,36	\$225,36	\$225,36	\$242,62
Depreciación de Equipos de Oficina	\$9,18	\$9,18	\$9,18	\$9,18	\$9,18	\$9,18	\$9,18	\$9,18	\$9,18	\$9,18
suministros de Oficina	\$21,00	\$21,52	\$22,06	\$22,61	\$23,17	\$23,75	\$24,34	\$24,95	\$25,57	\$26,20
UTILES DE ASEO	\$47,25	\$48,43	\$49,63	\$50,87	\$52,13	\$53,43	\$54,76	\$56,13	\$57,52	\$58,96
total gastos administrativos	\$23.192,26	\$23.798,43	\$24.385,18	\$25.001,43	\$25.617,76	\$26.249,44	\$26.912,88	\$27.576,40	\$28.256,45	\$28.970,70
GASTOS VENTAS										
sueldo de jefe de ventas	\$6.769,20	\$6.537,75	\$6.700,54	\$6.867,39	\$7.038,38	\$7.213,64	\$7.393,26	\$7.577,35	\$7.766,03	\$7.959,40
arriendo vehículo	\$1.040,00	\$1.065,90	\$1.092,44	\$1.119,64	\$1.147,52	\$1.176,09	\$1.205,38	\$1.235,39	\$1.266,15	\$1.297,68
Publicidad	\$1.440,00	\$1.475,86	\$1.512,60	\$1.550,27	\$1.588,87	\$1.628,43	\$1.668,98	\$1.710,54	\$1.753,13	\$1.796,78
Total Gastos de Venta	\$9.249,20	\$9.079,51	\$9.305,58	\$9.537,29	\$9.774,77	\$10.018,16	\$10.267,62	\$10.523,28	\$10.785,31	\$11.053,86
GASTOS FINANCIEROS										
interés por préstamo	497,74	\$446,69	\$395,64	\$344,59	\$293,54	\$242,49	\$191,44	\$140,39	\$89,34	\$38,29
Total Gastos Financiero	\$497,74	\$446,69	\$395,64	\$344,59	\$293,54	\$242,49	\$191,44	\$140,39	\$89,34	\$38,29
OTROS GASTOS										
Total otros gastos										
TOTAL COSTOS	\$98.703,78	\$99.913,75	\$104.118,76	\$105.374,37	\$109.642,93	\$110.949,15	\$115.300,49	\$116.674,76	\$121.080,19	\$122.543,58

Elaboración: El autor

Fuente: Investigación de campo

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

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

Costos fijos. - Representan aquellos valores monetarios en que incurre la empresa por el sólo hecho de existir, independientemente de si existe o no producción.

Costos variables. - Son aquellos valores en que incurre la empresa, en función de su capacidad de producción, están en relación directa con los niveles de producción de la empresa.

CUADRO # 50

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

DETALLE	1er AÑO		5 AÑO		10mo AÑO	
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
COSTO PRIMO						
Materia Prima Directa		\$32.825,00		\$37.847,64		\$42.052,93
Materia Prima Indirecta	\$13.941,20		\$16.074,38		\$17.860,42	
Mano de Obra Directa		\$6.562,00		\$6.824,84		\$7.717,91
Mano de obra indirecta	\$6.769,20		\$7.027,66		\$7.947,28	
Total Costo	\$20.710,40	\$39.387,00	\$23.102,04	\$44.672,47	\$25.807,70	\$49.770,84
Total Costo Primo	\$60.097,40		\$67.774,51		\$75.578,53	
GASTOS DE FABRICACIÓN						
Depreciación Maquinaria	\$369,00		\$369,00		\$369,00	
Arriendo	\$4.200,00		\$4.634,21		\$5.240,62	
Depreciación Instalaciones	\$22,26		\$22,26		\$22,26	
Teléfono	\$288,00		\$317,77		\$359,36	
Agua Potable	\$124,32		\$137,17		\$155,12	
Energía Eléctrica	\$370,80		\$409,13		\$462,67	
Depreciación Herramientas	\$2,80		\$2,80		\$3,17	
Amortización Activo Diferido	\$290,00		\$290,00		\$290,00	
Total Gasto de Fabricación	\$5.667,18		\$6.182,35		\$6.902,20	
	1er AÑO		5to AÑO		10mo AÑO	
DETALLE	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
GASTO DE OPERACION						

Sueldos Administrativo	\$22.889,79		\$25.293,34		\$28.603,13	
Depreciación Muebles y Enceres	\$30,60		\$30,60		\$30,60	
Depreciación Equipo de Computo	\$194,44		\$209,33		\$242,62	
Depreciación de Equipos de Oficina	\$9,18		\$9,18		\$9,18	
Suministros de Oficina	\$21,00		\$23,17		\$26,20	
Útiles de aseo	\$47,25		\$52,13		\$58,96	
TOTAL GASTOS OPERACIÓN	\$23.192,26		\$25.617,76		\$28.970,70	
GASTOS VENTAS						
Sueldo De Jefe De Ventas	\$6.769,20		\$7.038,38		\$7.959,40	
Arriendo Vehículo		\$1.040,00		\$1.147,52		\$1.297,68
Publicidad	\$1.440,00		\$1.588,87		\$1.796,78	
Total Gastos de Venta	\$8.209,20	\$1.040,00	\$8.627,25	\$1.147,52	\$9.756,19	\$1.297,68
GASTOS FINANCIEROS						
interés por préstamo	\$497,74		\$293,54		\$38,29	
Total Gastos Financiero	\$497,74		\$293,54		\$38,29	
TOTAL COSTOS	\$58.276,78	\$40.427,00	\$63.822,94	\$45.819,99	\$71.475,07	\$51.068,52
	\$98.703,78		\$109.642,93		\$122.543,58	

Elaboración: El Autor

Fuente: presupuestos preformado de operación

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como PUNTO MUERTO, porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias.

Para realizar este cálculo es necesario clasificar los costos en Fijos y en Variables, los mismos que detallamos en los cuadros que integran el presente trabajo y que llevan el nombre de "Costos Fijos y Variables" para los años 1 ,5 y 10 de vida útil del proyecto.

En el presente trabajo se calculará el punto de equilibrio utilizando el método matemático en función de la capacidad instalada y de las ventas, utilizando además la forma gráfica para su representación.

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1

EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PECI = \frac{CF}{VT - CV} \times 100$$

$$PECI = \frac{58.276,78}{116.478,72 - 40.427,00} \times 100$$

$$PECI = 76,63\%$$

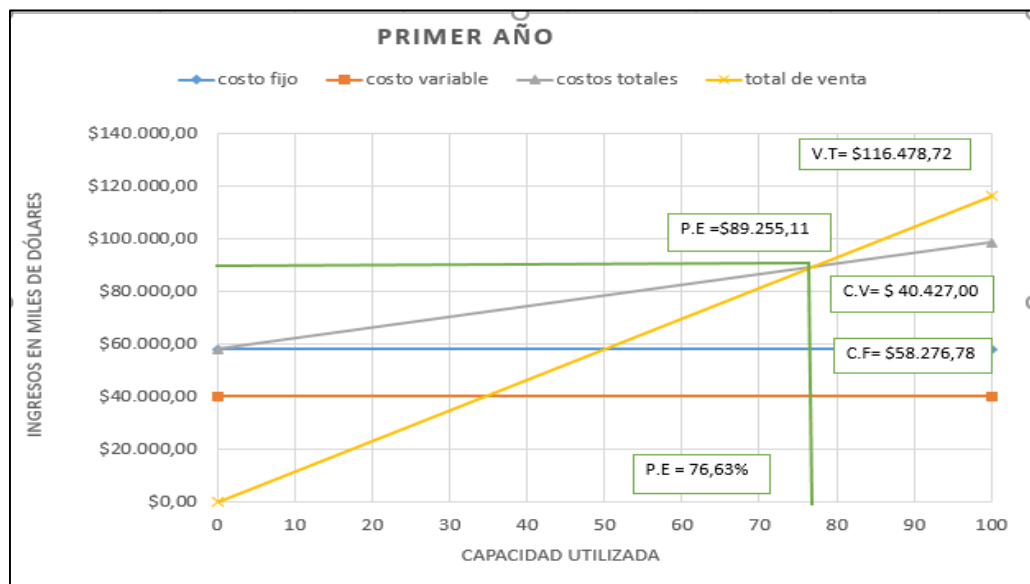
EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$P.E.VENTAS = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

$$P.E.VENTAS = \frac{58.276,78}{1 - \frac{40.427,00}{116.478,72}}$$

$$P.E.VENTAS = 89.255.11$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA AÑO 1



Elaboración: El Autor

Fuente: Cuadro # 48,50

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5

EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PECI = \frac{CF}{VT - CV} \times 100$$

$$PECI = \frac{63.822,94}{131.038,56 - 45.819,99} \times 100$$

$$PECI = 74,89\%$$

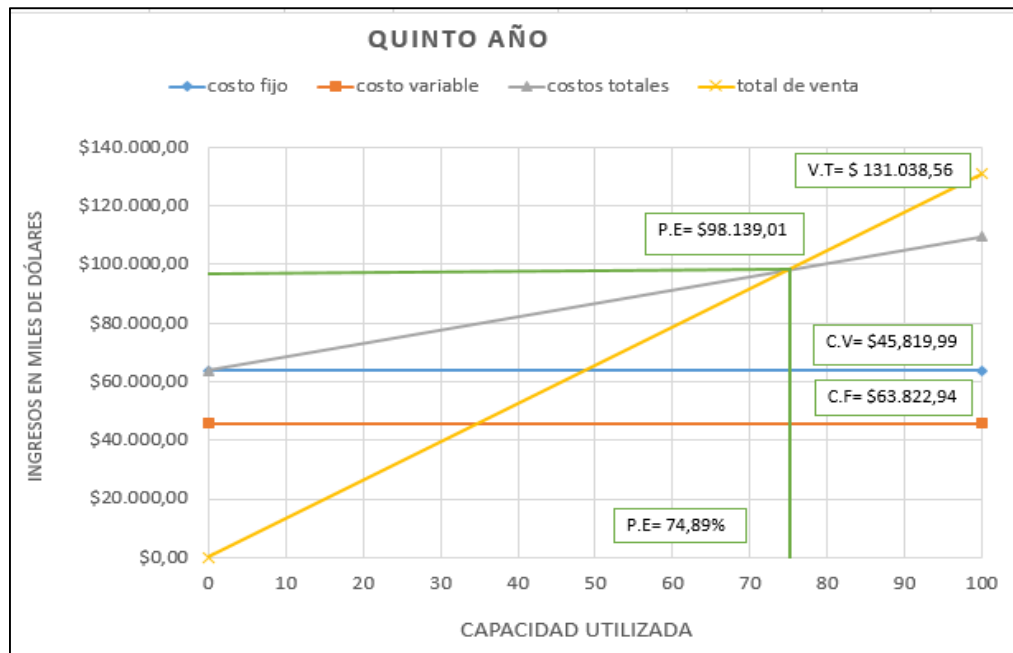
EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$P.E.VENTAS = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

$$P.E.VENTAS = \frac{63.822,94}{1 - \frac{45.819,99}{131.038,56}}$$

$$P.E.VENTAS = 98.139,01$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA AÑO 5



Elaboración: El Autor

Fuente: Cuadro # 48,50

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 10

EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PECI = \frac{CF}{VT - CV} \times 100$$

$$PECI = \frac{71.475,07}{145.598,40 - 51.068,52} \times 100$$

$$PECI = 75,61\%$$

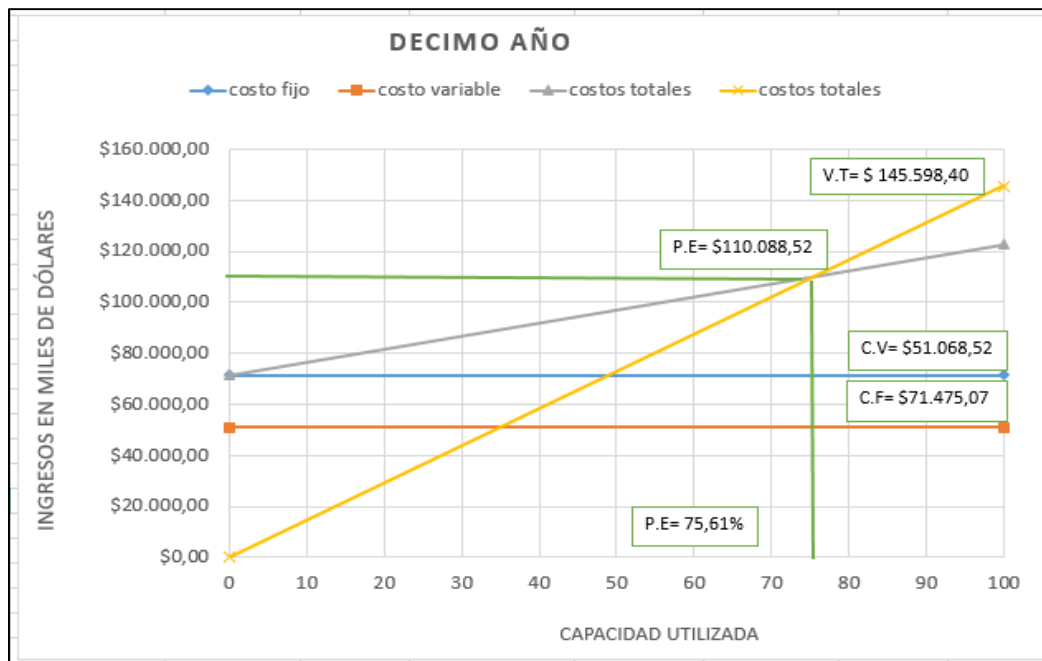
EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$P.E.VENTAS = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

$$P.E.VENTAS = \frac{71.475,07}{1 - \frac{51.068,52}{145.598,40}}$$

$$P.E.VENTAS = 110.088,52$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA AÑO10



Elaboración: El Autor

Fuente: Cuadro # 48,50

EVALUACIÓN FINANCIERA

La Evaluación Financiera tiene como objetivo determinar el mérito de un proyecto, estimándose como tal el grado o nivel de utilidad que obtiene el empresario privado como premio al riesgo de utilizar su capital y su capacidad empresarial en la implementación de un proyecto.

Flujo de caja

El Flujo de Caja permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto, permite cubrir todos los requerimientos de efectivo del mismo, posibilitando además que el inversionista cuente con el suficiente origen de recursos para cubrir sus necesidades de efectivo.

El flujo de caja del presente proyecta expresa resultados positivos para cada uno de los diez años de vida útil del proyecto, lo que demuestra que el proyecto es factible y necesario ejecutarlo.

CUADRO # 51
FLUJO DE CAJA

DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS											
Ventas	\$0,00	\$116.478,72	\$116.478,72	\$123.758,64	\$123.758,64	\$131.038,56	\$131.038,56	\$138.318,48	\$138.318,48	\$145.598,40	\$145.598,40
Crédito Banco del Ecuador	\$5.000,00										
Capital propio	\$11.771,33										
Valor residual maquinaria y equipos											\$410,00
valor residual de instalaciones											\$24,74
valor residual muebles y enseres											\$34,00
valor residual equipo de computo				\$291,67			\$314,00			\$338,05	\$849,17
valor residual equipo de oficina											\$10,20
valor residual de materiales y herramientas						\$3,50					\$3,96
Total de ingresos	\$16.771,33	\$116.478,72	\$116.478,72	\$124.050,31	\$123.758,64	\$131.042,06	\$131.352,56	\$138.318,48	\$138.318,48	\$145.936,45	\$146.930,47
EGRESOS											
Activo Fijo	\$5.681,85										
Activo Diferido	\$2.900,00										
Activo Circulante	\$8.189,48										
Presupuesto de operación		\$98.703,78	\$99.913,75	\$104.118,76	\$105.374,37	\$109.642,93	\$110.949,15	\$115.300,49	\$116.674,76	\$121.080,19	\$122.543,58
Reinversión activos					\$942,00		\$19,79	\$989,50			\$1.014,14
Depreciación y Amortización. Activo.Difer.		-\$918,29	-\$918,29	-\$918,29	-\$933,18	-\$933,18	-\$933,54	-\$949,57	-\$949,57	-\$949,57	-\$966,83
15% Utilidad a los trabajadores		\$2.666,24	\$2.484,75	\$2.945,98	\$2.877,18	\$3.209,34	\$3.013,41	\$3.452,70	\$3.246,56	\$3.677,73	\$3.458,22
25% Impuesto a la Renta		\$3.777,17	\$3.520,06	\$4.173,48	\$4.076,00	\$4.546,57	\$4.269,00	\$4.891,32	\$4.599,29	\$5.210,12	\$4.899,15
Amortización de Capital		\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00
Total de egresos	\$16.771,33	\$104.728,91	\$105.500,26	\$110.819,93	\$112.836,37	\$116.965,67	\$117.817,81	\$124.184,44	\$124.071,04	\$129.518,47	\$131.448,26
FLUJO DE CAJA	\$0,00	\$11.749,81	\$10.978,46	\$13.230,38	\$10.922,27	\$14.076,39	\$13.534,75	\$14.134,04	\$14.247,44	\$16.417,98	\$15.482,21

Elaboración: El autor

VALOR ACTUAL NETO.

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizarán en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto.

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

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

- Si el VAN es > 1 el proyecto tendrá rentabilidad mayor a 0.
- Si el VAN es $= 1$ el proyecto es indiferente.
- Si el VAN es < 1 el proyecto no es rentable.

CUADRO # 52

VALOR ACTUAL NETO DEL PROYECTO

AÑOS	FLUJO NETO O DE CAJA	FACTOR ACTUAL 10,21%	FLUJO ACTUALIZADO
0	\$16.771,33		
1	\$11.749,81	\$0,91	\$ 10.661,29
2	\$10.978,46	\$0,82	\$ 9.038,56
3	\$13.230,38	\$0,75	\$ 9.883,47
4	\$10.922,27	\$0,68	\$ 7.403,36
5	\$14.076,39	\$0,62	\$ 8.657,38
6	\$13.534,75	\$0,56	\$ 7.553,08
7	\$14.134,04	\$0,51	\$ 7.156,81
8	\$14.247,44	\$0,46	\$ 6.545,89
9	\$16.417,98	\$0,42	\$ 6.844,33
10	\$15.482,21	\$0,38	\$ 5.856,29
SUMA DE VAN			\$ 79.600,46
INVERSION			\$ - 16.771,33
VAN ACTUALIZADO.			\$ 62.829,13

Elaboración: El Autor

Fuente: flujo de caja

En el presente trabajo de investigación el Valor Actual Neto es de \$ **51.161,48**; lo que significa que el proyecto proporciona esa cantidad de remanente por sobre lo exigido por el inversionista o en otras palabras es la cantidad que renta más de lo esperado.

TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna de retorno constituye un método de evaluación, que toma en consideración el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto. A demás se la define como aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial.

Se podría interpretar a la Tasa Interna de Retorno, como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión, si el préstamo con los intereses acumulados a esta tasa dada, se fuera abonando con los ingresos provenientes del proyecto, a medida que estos van siendo generados a través de toda la vida útil del proyecto.

También es conocida como la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero; es decir, que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada.

La TIR, utilizada como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto se toma como referencia lo siguiente:

- Si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.
- Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.

Para el presente proyecto la TIR es 58,42% siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto, es decir que se encuentra sobre la tasa de oportunidad que le brinda la banca. Así cómo se demuestra que tiene la capacidad de pagar un interés de hasta el 59%.

CUADRO # 53

TASA INTERNA DE RETORNO

TASA INTERNA DE RETORNO					
AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		71,00%		72,00%	
0	16.771,33		16.771,33		16.771,33
1	11.749,81	0,584795	6.871,23	0,581395	6.831,28
2	10.978,46	0,341986	3.754,47	0,338021	3.710,94
3	13.230,38	0,199992	2.645,96	0,196524	2.600,08
4	10.922,27	0,116954	1.277,40	0,114258	1.247,96
5	14.076,39	0,068394	962,74	0,066429	935,08
6	13534,7528	0,039997	541,34	0,038622	522,73
7	14134,042	0,023390	330,59	0,022454	317,37
8	14247,4437	0,013678	194,88	0,013055	186,00
9	16417,9779	0,007999	131,33	0,007590	124,61
10	15482,2061	0,004678	72,42	0,004413	68,32
SUMA VAN			16.782,39		16.544,38
INVERSION			16.771,33		16.771,33
TOTAL VAN MENOR			11,06	TOTAL VAN MAYOR	-226,95

Elaboración: El Autor

Fuente: Flujo de caja

CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$TIR = 71,00 + 1 \left(\frac{11,06}{11,06 - (-226,95)} \right)$$

$$TIR = 75,25\%$$

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

La relación beneficio/costo en un proyecto, se la define como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, tomando en consideración lo siguiente para la correcta toma de decisiones:

- B/C > 1 Se puede realizar el proyecto.
- B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto.
- B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto.

En el presente proyecto, la relación beneficio-costo es mayor que uno (1.12) indicador que sustenta la realización del proyecto, esto quiere decir que por cada dólar invertido, se recibiría 0.12 centavos de utilidad.

CUADRO # 54
RELACIÓN BENEFICIO /COSTO

AÑOS	ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
	COSTO TOTAL ORIG.	FACTOR ACT.	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACT.	INGRESO ACTUALIZADO
		10,21%			10,21%	
1	\$104.728,91	0,907359	\$ 95.026,69	\$116.478,72	0,907359	\$105.687,98
2	\$105.500,26	0,823300	\$86.858,34	\$116.478,72	0,823300	\$95.896,90
3	\$110.819,93	0,747028	\$82.785,61	\$124.050,31	0,747028	\$ 92.669,08
4	\$112.836,37	0,677823	\$76.483,04	\$123.758,64	0,677823	\$83.886,39
5	\$116.965,67	0,615028	\$71.937,18	\$131.042,06	0,615028	\$80.594,55
6	\$117.817,81	0,558051	\$65.748,36	\$131.352,56	0,558051	\$73.301,44
7	\$124.184,44	0,506353	\$62.881,10	\$138.318,48	0,506353	\$70.037,91
8	\$124.071,04	0,459443	\$57.003,61	\$138.318,48	0,459443	\$63.549,51
9	\$129.518,47	0,416880	\$53.993,65	\$145.936,45	0,416880	\$60.837,97
10	\$122.543,58	0,378260	\$46.353,29	\$146.930,47	0,378260	\$55.577,86
			\$ 699.070,87			\$782.039,60

Elaboración: El autor

Fuente: Cuadros # 50, 53.

CÁLCULO DEL INDICADOR RELACIÓN BENEFICIO/COSTO

$$R. B. C. = \frac{\text{Ingreso Actualizado}}{\text{Costo Actualizado}}$$

$$R. B. C. = \frac{\$782.039,60}{\$699.070,87}$$

R. B. C. = 1,12 → Por cada dólar invertido, se recibiría 0.12 centavos de utilidad.

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital. En el siguiente cuadro se muestra el tiempo requerido para que nuestra empresa recupere la inversión inicial de capital.

CUADRO # 55

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL			
AÑOS	INVERSION	FLUJO DE CAJA	flujo acumulado
0	\$16.771,33		
1		\$11.749,81	\$11.749,81
2		\$10.978,46	\$22.728,26
3		\$13.230,38	\$35.958,64
4		\$10.922,27	\$46.880,91
5		\$14.076,39	\$60.957,30
6		\$13.534,75	\$74.492,05
7		\$14.134,04	\$88.626,10
8		\$14.247,44	\$102.873,54
9		\$16.417,98	\$119.291,52
10		\$15.482,21	\$134.773,72

Elaboración: El Autor

Fuente: flujo de caja

CÁLCULO DEL PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

$$P. C. R. = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión inicial} - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo Neto del año que supera la Inv.}}$$

$$P. C. R. = 2 + \frac{\$16.771,33 - \$22.728,26}{\$10.978,46}$$

$$P. C. R. = 1,46$$

$$P. C. R. = 1 \text{ Año}$$

$$P. C. R. = 0,46 \times 12 = 5,52 \text{ Meses}$$

$$P. C. R. = 0,52 \times 30 = 15,06 \text{ Días}$$

NOTA: La inversión se recuperará en 1 año, 5 meses y 15 días.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

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

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

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento del 4,58% en los costos y una disminución del 4,13% en los ingresos.

Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

En el presente proyecto, los valores de sensibilidad son POSITIVOS y menores a 1, por lo tanto, no afectan al proyecto los cambios en los ingresos y los costos disminuidos o incrementados en un 4,58% y en un 4,13%, respectivamente; es decir, el proyecto no es sensible a estos cambios como quedó demostrado al calcular los demás índices.

CUADRO # 56

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 4,58% EN LOS COSTOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 4,58%	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
					41,00%		42,00%	
						-16.771,33		-16.771,33
1	104.728,91	109.525,49	116.478,72	6.953,23	0,70922	4.931,37	0,70423	4.896,64
2	105.500,26	110.332,18	116.478,72	6.146,54	0,50299	3.091,67	0,49593	3.048,28
3	110.819,93	115.895,48	124.050,31	8.154,83	0,35673	2.909,09	0,34925	2.848,06
4	112.836,37	118.004,28	123.758,64	5.754,36	0,25300	1.455,86	0,24595	1.415,28
5	116.965,67	122.322,70	131.042,06	8.719,36	0,17943	1.564,55	0,17320	1.510,23
6	117.817,81	123.213,86	131.352,56	8.138,70	0,12726	1.035,71	0,12197	992,72
7	124.184,44	129.872,09	138.318,48	8.446,39	0,09025	762,32	0,08590	725,53
8	124.071,04	129.753,49	138.318,48	8.564,99	0,06401	548,24	0,06049	518,11
9	129.518,47	135.450,41	145.936,45	10.486,03	0,04540	476,04	0,04260	446,70
10	131.448,26	137.468,59	146.930,47	9.461,88	0,03220	304,64	0,03000	283,85
						308,16		-85,94

Elaboración: El Autor

CÁLCULO DE LA NUEVA TIR

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$NTIR = 41 + 1,00 \left(\frac{308,16}{308,16 - (-85,94)} \right)$$

NTIR = 41,78%

TIR DEL PROYECTO = 71,25

a. DIFERENCIA DE TIR

DIFERENCIA DE TIR= TIR DEL PROYECTO – NUEVA TIR

DIFERENCIA DE TIR= 71,25% - 41,78%

DIFERENCIA DE TIR= 29,47%

b. PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% VARIACIÓN= (Diferencia de TIR/ TIR del proyecto) X 100

% VARIACIÓN= (29,47% / 71,25%) X 100

% VARIACIÓN= 41,36%

c. SENSIBILIDAD

SENSIBILIDAD= % VARIACIÓN / NUEVA TIR

SENSIBILIDAD= 41,36% / 41,78%

SENSIBILIDAD= 0,99

ANÁLISIS:

En el presente caso se considera que el porcentaje máximo de incremento en los costos es de 4,58% ya que hasta este porcentaje permite obtener flujos positivos por cuanto se deduce que el coeficiente de sensibilidad es menor a 1 y es positivo lo que indica que el proyecto es rentable.

CUADRO # 57

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 4,13% EN LOS INGRESOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			4,13%		41,00%		42,00%	
						-16.771,33		-16.771,33
1	104.728,91	116.478,72	111.668,15	6.939,24	0,7092	4.921,45	0,7042	4.886,79
2	105.500,26	116.478,72	111.668,15	6.167,88	0,5030	3.102,40	0,4959	3.058,86
3	110.819,93	124.050,31	118.927,03	8.107,10	0,3567	2.892,07	0,3492	2.831,40
4	112.836,37	123.758,64	118.647,41	5.811,03	0,2530	1.470,20	0,2459	1.429,22
5	116.965,67	131.042,06	125.630,02	8.664,35	0,1794	1.554,68	0,1732	1.500,70
6	117.817,81	131.352,56	125.927,70	8109,89201	0,1273	1.032,05	0,1220	989,20
7	124.184,44	138.318,48	132.605,93	8.421,49	0,0903	760,07	0,0859	723,39
8	124.071,04	138.318,48	132.605,93	8.534,89	0,0640	546,32	0,0605	516,29
9	129.518,47	145.936,45	139.909,27	10.390,80	0,0454	471,71	0,0426	442,64
10	131.448,26	146.930,47	140.862,24	9.413,98	0,0322	303,10	0,0300	282,42
						282,71		-110,43

Elaboración: El Autor

CÁLCULO DE LA NUEVA TIR

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$NTIR = 36 + 1,00 \left(\frac{282,71}{282,71 - (-110,43)} \right)$$

NTIR = 41,72%

TIR DEL PROYECTO = 71,25%

a. DIFERENCIA DE TIR

DIFERENCIA DE TIR= TIR DEL PROYECTO – NUEVA TIR

DIFERENCIA DE TIR= 71,25% - 41,72%

DIFERENCIA DE TIR= 29,53%

b. PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% VARIACIÓN= (Diferencia de TIR / TIR del proyecto) X 100

% VARIACIÓN= (29,53% / 71,25%) X 100

% VARIACIÓN= 41,45%

c. SENSIBILIDAD

SENSIBILIDAD= % VARIACIÓN / NUEVA TIR

SENSIBILIDAD= 41,45% / 41,72%

SENSIBILIDAD= 0,99

ANÁLISIS:

En el presente caso se considera que el porcentaje máximo de disminución en los ingresos es de 4,13% ya que hasta este porcentaje permite obtener flujos positivos por cuanto se deduce que el coeficiente de sensibilidad es menor a 1 y es positivo lo que indica que el proyecto es rentable.

h) CONCLUSIONES

Luego de haber concluido el trabajo de investigación se llegó a determinar varias conclusiones, entre las cuales señalo las siguientes:

- El estudio de mercado realizado la ciudad Loja, determinó que el proyecto puede y debe ejecutarse, por los resultados obtenidos en el análisis de la demanda, la oferta y niveles de comercialización de este producto.
- La ciudad de Loja no cuenta con empresas que se dediquen a esta actividad.
- La demanda insatisfecha refleja el mercado potencial que existe en la provincia antes citada para este producto, con los siguientes resultados: Para el primer año de vida útil del proyecto la demanda insatisfecha es de: 21'513.012,00 gramos de bocadillo de guayaba o 95.613,39 unidades de 225 gramos de bocadillo de guayaba de los cuales la empresa atenderá el 67,68% es decir 64.710.40 unidades de 225 gramos.
- El proceso productivo evidencio la utilización de máquinas y equipos adecuados, lo que será garantía para obtener un producto de calidad y a precios moderados.
- La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: El VAN del presente proyecto arrojo un valor positivo de 62.829,13 dólares, la Tasa Interna de Retorno es de 71,25%, muy superior al costo de oportunidad del capital, lo que demuestra la rentabilidad del proyecto, el tiempo que se requeriría para recuperar la inversión original sería 1 año, 5 meses y 15 días.

- Los valores de sensibilidad son menores que uno, por lo tanto, no afectan al proyecto los cambios en los costos y los ingresos incrementados 4,58% y disminuidos en un 4,13%, respectivamente, es decir el proyecto no es sensible a estos cambios.

- Los estudios efectuados determinan, que es factible la implementación de una empresa productora de bocadillo de guayaba para la ciudad de Loja, y adicionalmente debemos indicar que cada uno de los objetivos planteados en el proyecto de investigación fueron desarrollados satisfactoriamente en el trabajo.

i) RECOMENDACIONES

Al término de las conclusiones realizadas para el proyecto es prudente realizar las siguientes recomendaciones:

- Para implementar una empresa es aconsejable realizar un estudio de mercado, ya que es el punto de partida del proyecto, para de esta manera minimizar riesgos, de tal forma que garantice su rentabilidad y éxito en el mercado.
- Para que la producción de bocadillo de guayaba tenga aceptación en el mercado es necesario realizar una buena promoción, a fin de lograr difundir las características del mismo utilizando los medios de comunicación más utilizados (redes sociales, radio).
- La contratación de mano de obra local es importante para reducir en algo el gran problema de desocupación que se suscita en nuestra ciudad y provincia.
- Es necesario realizar una buena promoción del producto con el objeto de difundir y persuadir en la mente de los consumidores sobre las características que presenta el mismo y así lograr una mayor apreciación en el mercado.
- Es recomendable poner en ejecución el presente proyecto, ya que en base a los resultados obtenidos de la evaluación financiera demostrados en los respectivos índices de evaluación arrojan una respuesta positiva de inversión, idea de negocio que permitirá aprovechar los recursos y posicionar esta propuesta productiva como modelo para incentivar el desarrollo económico de la ciudad de Loja.

j) BIBLIOGRAFÍA

- Baca Urbina gabriel. (2010). *Evaluacion de Proyectos* (4ta Edicion ed.). McGRAW-HILL.
- Benjamin Franklin. (2009). *Organizacion De Empresas*. McGRAW-HILL.
- Chain, N. S. (2007). *Proyectos de Inversion: Formulación y Evaluación*. Mexico: Pearson.
- Cordova Marcial. (2011). *formulacion y evaluacion de proyectos*. McGRAW-HILL.
- Erossa Martin, V. E. (2004). *Proyectos de Inversion en Ingenieria*.
- Espinoza Guillermo. (2007). *evaluacion y fundamentos de proyectos de inversion*.
- Fores Uribe, J. A. (2016). *matematica financiera en la evaluacion de proyectos*. ECOE EDICIONES.
- Mercedes Bravo. (2011). *Contabilidad General*. Nuevo Dia.
- Ortega Alfonso. (2010). *Introduccion a las finanzas*. McGraw Hill,.
- Pasaca Mora, M. E. (2017). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Loja: GRAFICPLUS.
- Pasaca Mora, M. E. (2017). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Loja: GRAFICPLUS.
- Philip Kotler & Armtrong Gary. (2013). *Fundamentos Del Marketing*. PEARSON.
- RANDALL Geoffreyl. (2003). *Principios de Marketing*. Ohio: Thomson Editores.
- Raúl Coss Bu. (2005). *Analisis y Evaluacion de Proyectos de Inversion*. Limusa.
- Sapage Nasir Chain. (2008). *Preparacion y Evaluacion de Proyectos*. Bogota: McGRAW-HILL.

- Sarmiento Ruben. (2010). *Contabilidad De Costos*.
- Urbina, B. G. (2010). *Evaluacion de Proyectos*. McGRAW-HILL.
- Internet:
- Wikipedia. (24 de junio de 2014). Wikipedia . Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/dulce_de_guayaba
- www.politicaempresariar.com
- www.trabajo.com. Expresa:
- Alocubano.wordpress.com/2011/10/17/4295/
- Laylita.com/recetas/2012/12/18/miel-de-panela/

k) ANEXOS

Anexo 1: ficha resumen del proyecto

1: TEMA

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BOCADILLO DE GUAYABA EN LA CIUDAD DE LOJA”.

2: PROBLEMÁTICA

Desde la Revolución Industrial la creación de una empresa ha sido uno de los mejores enfoques y emprendimientos para el logro de objetivos tomando en cuenta que de esta forma nos ayuda a tener más conocimiento como experiencia en este ámbito, desarrollando así un proyecto de factibilidad que nos ayudara a entender y buscar mejores estrategias para la creación de una nueva empresa.

Según Varela, “se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. Del mismo modo, Arias, (2006, p. 134), señala: “Que se trata de una propuesta de acción para resolver un problema practico o satisfacer una necesidad. Es indispensable que dicha propuesta se acompañe de una investigación, que demuestre su factibilidad o posibilidad de realización”. Por ende El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

El Manual de Tesis de Grado y Especialización y Maestría y Tesis Doctorales de la Universidad Pedagógica Libertador, (2003), plantea: “Consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos necesidades de organizaciones o grupos sociales que pueden referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos, o procesos. El proyecto debe tener el apoyo de una investigación de tipo documental, y de campo, o un diseño que incluya ambas modalidades “(p. 16).

El sector agroindustrial productor de diversas frutas dentro del que se ubica la elaboración de conservas, mermeladas o dulces de frutas está tomando mayor importancia en la economía nacional.

Las frutas no tradicionales o exóticas tienen un gran potencial en la producción del Ecuador. Además la exportación de frutas congelada es el nuevo rubro que está desarrollando Ecuador, así como el procesamiento de otras frutas como (guayaba, mango, piña y tomate de árbol). Las frutas exóticas o no tradicionales tienen un consumo limitado tanto en el mercado interno como en el extranjero, por ello consideramos conveniente explotar estos nichos de mercados.

Mencionaremos que hasta ahora la piña, mango, papaya, plátano, guayaba, limón, macadamia, aguacate, maracuyá, frutilla, mora, granadilla y el kiwi son las frutas no tradicionales que exporta nuestro país. Las pulpas congeladas y pasteurizadas son una alternativa para incrementar su consumo en los mercados local y regional, debido a sus características nutricionales.

La constante demanda por nuevas variedades de frutas por parte de mercados nos ha impulsado la diversificación de ellas, para lo cual se ha identificado una serie de productos llamados exóticos como algunos cultivos no tradicionales.

Las frutas tropicales han comenzado recientemente a proliferar con una gran variedad en los mercados occidentales siendo hasta ahora desconocidas para muchos. Generalmente estas frutas exóticas llegan hasta los consumidores como fruta fresca, pulpa de frutas o frutas deshidratadas.

Debido al gran consumo de frutas que existe en nuestro país nos vimos inspirados a darle un valor agregado por lo cual nace la idea de crear dulces de una de las más exquisitas y exóticas frutas como es la guayaba.

Dicha fruta tienen una alta actividad antioxidante natural, la cual retrasa los cambios pre canceroso en las células, y está asociada a la prevención de enfermedades

cardiocerebrovasculares entre otros beneficios como equilibrar el nivel de azúcar en la sangre de las personas diabéticas, por ser Rica en vitamina C ayuda a combatir la degeneración celular, Baja el riesgo de diabetes , mejora el sistema digestivo, ayuda a el Mejoramiento de la salud visual.

La concentración de las principales empresas en nuestro país, que se encuentran localizadas en las ciudades grandes y que su gran problema es que la falta de iniciativa por parte del sector público como privado, se convierte en una limitada inversión por parte de quienes se encuentran inmersos en el desarrollo empresarial, a dado como resultado un limitado y bajo nivel de producción, contribuyendo a agudizar mayores niveles de pobreza por la falta de empleo, el subempleo y el desempleo generado por las privatizaciones de las empresas. Cuando no hay empleo la gente busca alternativas para obtener ingresos y claro la única alternativa es crear microempresas.

Por ello y esa ganas de realizarnos como emprendedores e innovadores, se ha escogiendo este producto; ya que se decir que se lo conoce y se sabe de su desenvolvimiento en el mercado, escogido no solo por ser alimenticio, sino por llevar a cabo diversas campañas de salud y crear una cultura de alimentarnos sanamente.

Por lo expuesto se ha definido el problema como: “La falta de una empresa productora de Bocadillos de Guayaba en la ciudad de Loja”

Preguntas:

¿Es factible la creación de una empresa productora y comercializadora de bocadillos de guayaba en la ciudad de Loja?

¿Existen los recursos necesarios para la implantación de esta nueva empresa en la ciudad de Loja?

¿El proyecto de elaboración y comercialización de bocadillos de guayaba obtendrá rentabilidad?

¿La microempresa obtendrá buena acogida en el mercado?

¿Existirán los recursos necesarios para conocer en qué lugar y cuánto se debe producir?

3: JUSTIFICACIÓN.

El proyecto de factibilidad constituye hoy en día un tema de gran interés e importancia, ya que mediante este proceso se valora cualitativa y cuantitativamente las ventajas y desventajas de destinar recursos a una iniciativa específica. El proyecto de factibilidad es importante porque permite examinar una serie de variables, para verificar si un proyecto puede ser rentable o no y si puede ser beneficioso para la sociedad. De acuerdo a la correcta evaluación que se realice de un proyecto de inversión depende que los proyectos a ejecutar contribuyan al desarrollo a mediano o largo plazo de una empresa en específico y en general de la economía de un país. Ya que ayudara a determinar la probabilidad de éxito y puede indicar cómo y cuándo hacerlo factible.

En el Programa de Participación Estudiantil, La temática del Buen vivir es impulsada por el Gobierno Nacional y acogida por el ministerio de educación para lograr una verdadera convivencia armónica dentro de las instituciones educativas, fomentando una cultura de paz y de principios básicos enfocados en los principios del código de Convivencia y Honestidad Académica. El art. 275 señala: “El régimen de desarrollo del país es un conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos políticos, socio culturales y ambientales, que garantizan la realización del Buen Vivir, el sumak kawsay.

Para ello es necesario conocer y mejorar nuestra realidad, lo cual motiva a realizar el presente proyecto de factibilidad, con la finalidad de aportar y ser parte de esta iniciativa, respetando y tomando en cuenta la toma de conciencia de los derechos, el desarrollo de la identidad ecuatoriana y el aprendizaje de convivencia dentro de una sociedad intercultural y plurinacional que respete las ideas y costumbres de los demás, así como las decisiones de la mayoría en el marco del buen vivir.

Con la elaboración de este proyecto de factibilidad para la creación de una nueva microempresa en la ciudad de Loja se pretende aportar al crecimiento empresarial de la región, además de cubrir algunas necesidades del mercado local y se espera que este proyecto de factibilidad procure la erradicación de la pobreza al generar nuevas fuentes de trabajo, lo que traerá como consecuencia el desarrollo social de la región SUR del país y particularmente la ciudad de Loja.

Este estudio buscara identificar si es factible o no la instalación de una microempresa de elaboración y comercialización de bocadillos de guayaba en la ciudad de Loja, Además plantea el aprovechamiento racional de los recursos con los que cuenta la zona, optimizando materias primas, recursos humanos, naturales y económicos del sector, reflejados en una actividad diferente, logrando así mejorar el nivel de vida, que constituyan al fortalecimiento directo de la economía de las familias de los productores e indirectamente a la población de la Ciudad de Loja.

Por consiguiente este trabajo de investigación cuenta con su justificativo para su desarrollo y aplicación.

4: OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

- Determinar mediante los estudios correspondientes si la implantación de una empresa de elaboración y comercialización de bocadillo de guayaba en la ciudad de Loja es factible.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

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

- Establecer con el estudio técnico la capacidad instalada y utilizada, el tamaño y localización del proyecto y la ingeniería del mismo.
- Determinar la organización jurídica y administrativa de la empresa mediante es estudio administrativo.
- Determinar el Estudio Económico
- Definir la factibilidad económica del proyecto utilizando índices financieros de evaluación tales como, VAN, TIR, RB/C, PRC, AN/Sc para conocer la rentabilidad de la empresa productora de “Bocadillo de Guayaba”

Anexo 2: Encuesta
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Como estudiante de la carrera de administración de empresas de la Universidad Nacional de Loja me dirijo a Usted para realizar la presente encuesta que tiene como finalidad conocer el hábito del consumo de dulces y preferencia del consumidor en la ciudad de Loja. Se agradece la sinceridad con que se desarrolle esta encuesta.

1) **¿consume bocadillo de dulce?**

- A) SI ()
- B) NO ()

Si su respuesta es NO gracias x su colaboración

2) **¿Qué tipo de bocadillo de dulce usted consume?**

- A) De panela con maní ()
- B) De dulce de leche ()
- C) De frutas ()
- D) OTROS.....

3) **¿Si consume bocadillo de fruta, indique de que tipo?**

- A) Durazno ()
- B) Fresa ()
- C) Mora ()
- D) Guayaba ()
- E) Guanábana ()
- F) Banano ()
- G) otro.....

Si NO consume bocadillo de guayaba gracias x su colaboración.

4) **¿Qué cantidad consume mensualmente de bocadillo de guayaba?**

- A) 1 barra 57 gr. ()
- B) 1 barra 114 gr ()
- C) 1 barra 171 gr. ()
- D) 1 caja de 5 unidades (57 gr cada unid) ()
- E) 1 caja 10 unidades (57gr cada unid) ()
- F) Otro.....

5) **¿Donde realiza usted la compra de estos bocadillos de guayaba?**

- A) Panadería ()
- B) Pastelerías ()
- C) Supermercado ()
- D) Tiendas ()
- E) otro.....

6) ¿En qué presentación ha consumido bocadillo de guayaba?

- A) barra ()
- B) caja madera redonda ()
- C) Caja madera corazón ()
- D) caja de 5 unidades ()
- E) caja 10 unidades ()
- F) otro.....

7) ¿A qué precio adquiere el producto según la presentación y cantidad?

- A) barra 57 gr. ()
- B) barra 114 gr ()
- C) barra 171 gr. ()
- D) caja de 5 unidades (57 gr) ()
- E) caja 10 unidades (57gr) ()
- F) Otro.....

8) ¿cómo considera el precio al que usted adquiere el producto?

- A) alto ()
- B) medio ()
- C) bajo ()

9) ¿Si se implementara una empresa dedicada a la producción de bocadillo de guayaba estaría usted dispuesto a consumirlo?

- A) SI ()
- B) NO ()

10) ¿En qué presentación le gustaría adquirir el bocadillo de guayaba?

- A) barra 57 gr. ()
- B) barra 114 gr ()
- C) caja madera redonda de 60 gr ()
- D) caja de 5 unidades (57 gr cada unidad) ()
- E) caja 10 unidades (57gr cada unidad) ()
- F) otro.....

11) ¿Cuándo usted estaría dispuesto a pagar por el producto?

- A) barra 57 gr. ()
- B) barra 114 gr ()
- C) caja madera redonda de 60 gr ()
- D) caja de 5 unidades (57 gr cada unidad) ()
- E) caja 10 unidades (57gr cada unidad) ()
- F) otro.....

12) ¿En qué lugar le gustaría adquirir el producto? Determine una solo opción

- A) panadería ()
- B) Pastelerías ()
- C) Supermercado ()
- D) Tiendas ()

E) otro.....

13) si comprara este producto lo haría por: (señale una opción)

- A) precio ()
- B) calidad ()
- C) presentación ()
- D) salud ()
- E) otro.....

14) ¿Por qué medio de comunicación le gustaría que le promocióne este producto?

- A) Radio ()
- B) Tv ()
- C) prensa escrita ()
- D) Redes sociales ()
- E) Otro.....

15) ¿Qué tipo de promociones le gustaría recibir por comprar este producto?

- A) descuento del 5% en una compra de más de \$10. ()
- B) por cada 10 productos, lleve otro gratis ()
- C) otro.....

16) ¿Que sugiere para este producto?

- A) precio cómodo ()
- B) presentación novedosa ()
- C) que sea de buena calidad ()
- D) otro.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 3: Entrevista

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

En calidad de estudiante de la Universidad Nacional de Loja me permito solicitarle de la manera más comedida se sirva responder al siguiente cuestionario cuya información tiene por objeto determinar la oferta para la elaboración y comercialización de bocadillo de guayaba en la ciudad de Loja. La información es confidencial y será manejada exclusivamente por el investigador.

1. ¿Comercializa bocadillo de guayaba en su local comercial?

Si ()

No ()

2. ¿Qué marca de producto de bocadillo de guayaba Ud. ofrece en su negocio?

Dulcería Stefany'S ()

Delicia De Guayaba ()

Dulce baño ()

3. ¿Porque prefiere esta marca del producto?

Precio ()

Calidad ()

Presentación ()

4. ¿cuantos gramos de bocadillo de guayaba usted vende semanalmente?

500 gr a 1000 gr ()

1000gr a 1500 gr ()

1500gr A 2000 gr ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 4: Presupuestos

ANEXO # 4.1

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA

MATERIA PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Pulpa de Guayaba	Kg	70	\$1,0	\$70
Azúcar	Kg	50	\$1,00	\$50,00
Colorantes naturales	Gramos	125	\$0,01	\$1,25
Jugo de limón	Kg	5	\$1	\$5
TOTAL día				\$126,25
total año 1				\$32.825,00
total año 2				\$33.642,34

ELABORACIÓN: EL AUTOR

Nota: EL valor del primer año se lo hace multiplicando el total del día por 5 para sacar la semana y por 52 semanas para el valor del primer año, El segundo año se obtiene a través de una regla de tres.

64. 710,40 32.825,00

64. 710,40 X

= $(64. 710,40) (32.825,00) / 64. 710,40 = 32.825,00$ = valor del segundo año

= $(32.825,00 \times 2,49 \%) + 32.825,00 = 33.642,34$ = valor proyectado con el 2,49% de inflación

ANEXO # 4.1.A

PROYECCIÓN DE MATERIA PRIMA DIRECTA

AÑOS	VALOR TOTAL INCREMENTO 2,49%
1	\$32.825,00
2	\$33.642,34
3	\$35.744,99
4	\$35.744,99
5	\$37.847,64
6	\$37.847,64
7	\$39.950,28
8	\$39.950,28
9	\$42.052,93
10	\$42.052,93

ELABORACIÓN: EL AUTOR

ANEXO # 4.2

PRESUPUESTO DE MATERIALES INDIRECTOS

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR U.	valor total
311	container plástico	\$0,15	\$46,65
311	Etiquetas	\$0,02	\$6,22
1	gas industrial	\$15,00	\$0,75
total dia			\$53,62
total semana			\$268,10
total año1			\$13.941,20
total año 2			\$14.288,34

ELABORACIÓN: EL AUTOR

Nota: EL valor del primer año se lo hace multiplicando el total del día por 5 para sacar el valor de la semana y por 52 semanas para el valor del primer año, El segundo año se obtiene a través de una regla de tres.

64.710,40 13.941,20

64. 710,40 X

= (64. 710,40) (13.941,20) / 13.941,20=**13.941,20** = valor del segundo año

= (13.941,20 X 2,49%)+ 13.941,20= **14.288,34** = valor proyectado con el 2,49% de inflación

ANEXO # 4.2.A

PROYECCIÓN DE MATERIA PRIMA INDIRECTA

AÑOS	INCREMENTO 2,49%
1	\$13.941,20
2	\$14.288,34
3	\$15.181,36
4	\$15.181,36
5	\$16.074,38
6	\$16.074,38
7	\$16.967,40
8	\$16.967,40
9	\$17.860,42
10	\$17.860,42

ELABORACIÓN: EL AUTOR

ANEXO # 4.3

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

DENOMINACIÓN	OBRERO
Básico	386,00
décimo tercero 1/12	32,17
décimo cuarto SBU/12	32,17
vacaciones 1/24	16,08
aporte patronal 11,15%	44,39
aporte SECAP 0,5%	1,93
Aporte IECE 0,5%	1,93
fondo de reserva	32,17
Total	546,83
# obreros	1
total mes	546,83
total año	6562,00
total año sin fondos de reserva	6176,00

ELABORACIÓN: EL AUTOR

ANEXO N° 4.3.A

PROYECCIÓN PARA MANO DE OBRA DIRECTA

años	incremento 2,49%
1	\$6.176,00
2	\$6.339,39
3	\$6.497,24
4	\$6.659,03
5	\$6.824,84
6	\$6.994,77
7	\$7.168,94
8	\$7.347,45
9	\$7.530,40
10	\$7.717,91

ELABORACIÓN: EL UTOR

ANEXO N° 4.4

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA

DENOMINACIÓN	JEFE DE PRODUCCIÓN
Basico	400,00
decimo tercero 1/12	33,33
decimo cuarto SBU/12	32,17
vacaciones 1/24	16,67
aporte patronal 11,15%	44,60
aporte SECAP 0,5%	2,00
Aporte IECE 0,5%	2,00
fondo de reserva	33,33
Total	564,10
# obreros	1
total mes	564,10
total año	6769,20
total año sin fondo de reserva	6369,20

ELABORACIÓN: El Autor

ANEXO N° 4. 4.A

PROYECCIÓN PARA MANO DE OBRA INDIRECTA

años	incremento 2,49%
1	\$6.369,20
2	\$6.527,79
3	\$6.690,34
4	\$6.856,92
5	\$7.027,66
6	\$7.202,65
7	\$7.382,00
8	\$7.565,81
9	\$7.754,20
10	\$7.947,28

ELABORACIÓN: El Autor

**ANEXO # 4. 5
PRESUPUESTO PARA ARRIENDO**

DENOMINACIÓN	CANT.	V/MENS.	VALOR ANUAL
arriendo	1	\$350,00	\$4.200,00
TOTAL AÑO			\$4.200,00

ELABORACIÓN: EL AUTOR

**ANEXO # 4.5.A.
PROYECCIÓN PARA ARRIENDO**

AÑOS	VALOR TOTAL INC 2,49%
1	\$4.200,00
2	\$4.304,58
3	\$4.411,76
4	\$4.521,62
5	\$4.634,21
6	\$4.749,60
7	\$4.867,86
8	\$4.989,07
9	\$5.113,30
10	\$5.240,62

ELABORACIÓN: EL AUTOR

**ANEXO #4. 6
PRESUPUESTO PARA EQUIPO PARA PRODUCCIÓN**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Mesa de metal	1	\$150,00	\$150,00
VENTILADOR	2	\$25,00	\$50,00
MARMITA	1	\$2.500,00	\$2.500,00
DESPULPADORA	1	\$1.400,00	\$1.400,00
TOTAL		\$4.075,00	\$4.100,00

ELABORACIÓN: EL AUTOR

**ANEXO# 4. 6.A
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO PARA PRODUCCIÓN**

VALOR = 4.100,00	VIDA UTIL= 10 AÑOS		DEPRECIACIÓN 10%	
AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTIVO
0	4100,00	410,00		3690,00
1	3690,00		369,00	3321,00
2	3321,00		369,00	2952,00
3	2952,00		369,00	2583,00
4	2583,00		369,00	2214,00
5	2214,00		369,00	1845,00
6	1845,00		369,00	1476,00
7	1476,00		369,00	1107,00
8	1107,00		369,00	738,00
9	738,00		369,00	369,00
10	369		369,00	0,00

ELABORACIÓN: EL AUTOR

**ANEXO 4.7
PRESUPUESTO PARA INSTALACIONES**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Lámparas LED	5	5,00	25,00
Interruptores	5	0,30	1,50
Rollo de alambre N° 12	1	7,00	7,00
Rollo de alambre N° 10	1	9,00	9,00
Medidor	1	180,00	180,00
Breaker con caja	2	10,00	20,00
Otros 2%			4,85
TOTAL			247,35

ELABORACIÓN: EL AUTOR

**ANEXO N° 4.7A
DEPRECIACIÓN PARA INSTALACIONES**

VALOR ACTIVO=274,35	VIDA UTIL=10AÑO		10%DEPRECIACIÓN	
AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTIVO
0	247,35	24,74		222,62
1	222,62		22,26	200,35
2	200,35		22,26	178,09
3	178,09		22,26	155,83
4	155,83		22,26	133,57
5	133,57		22,26	111,31
6	111,31		22,26	89,05
7	89,05		22,26	66,78
8	66,78		22,26	44,52
9	44,52		22,26	22,26
10	22,2615		22,26	0,00

ELABORACIÓN: EL AUTOR

**ANEXO N° 4. 8
PRESUPUESTO PARA CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA**

DESCRIPCIÓN	CANT. (KW/h)	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Consumo de energía eléctrica	300	0,103	30,90	370,8
TOTAL				370,8

FUENTE: EERSSA

ELABORACIÓN: EL AUTOR

**ANEXO # 4.8.A
PROYECCIÓN PARA CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA**

AÑOS	VALOR TOTAL INC 2,49%
1	\$370,80
2	\$380,03
3	\$389,50
4	\$399,19
5	\$409,13
6	\$419,32
7	\$429,76
8	\$440,46
9	\$451,43
10	\$462,67

ELABORACIÓN: EL AUTOR

**ANEXO # 4. 9
PRESUPUESTO PARA CONSUMO DE AGUA POTABLE**

DESCRIPCIÓN	CANT. (m3)	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Consumo de Agua Potable	28	0,37	10,36	124,32
TOTAL				124,32

FUENTE: Unidad Municipal de Agua Potable

ELABORACIÓN: El Autor

**ANEXO N° 9.A
PROYECCIÓN POR CONSUMO DE AGUA POTABLE**

AÑOS	VALOR TOTAL INC 2,49%
1	\$124,32
2	\$127,42
3	\$130,59
4	\$133,84
5	\$137,17
6	\$140,59
7	\$144,09
8	\$147,68
9	\$151,35
10	\$155,12

ELABORACIÓN: El Autor

**ANEXO# 4. 10
PRESUPUESTO PARA CONSUMO DE TELEFONO**

DESCRIPCION	MINUTOS	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
CONSUMO TELEFONICO	200	0,12	24,00	288
TOTAL				288

FUENTE: CNT

ELABORACIÓN: El Autor

**ANEXO # 4.10.A
PROYECCIÓN PARA CONSUMO DE TELEFONO**

AÑOS	VALOR TOTAL INC 2,49%
1	\$288,00
2	\$295,17
3	\$302,52
4	\$310,05
5	\$317,77
6	\$325,69
7	\$333,80
8	\$342,11
9	\$350,63
10	\$359,36

ELABORACIÓN: El Autor

**ANEXO # 4.11
PRESUPUESTO ACTIVO DIFERIDO**

DETALLE	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
Registro sanitario, patentes, etc	1	\$2.000,00	\$2.000,00
estudios preliminares	1	\$500,00	\$500,00
Permiso de funcionamiento	1	\$150,00	\$150,00
Organización	1	\$250,00	\$250,00
TOTAL AÑO			\$2.900,00

ELABORACIÓN: El Autor

**ANEXO #4. 11.A
AMORTIZACIÓN ACTIVO DIFERIDO**

AÑOS	VAL. ACT. DIF.	AMORTIZACIÓN	VALOR TOTAL
1	\$2.900,00	\$290,00	\$2.610,00
2	\$2.610,00	\$290,00	\$2.320,00
3	\$2.320,00	\$290,00	\$2.030,00
4	\$2.030,00	\$290,00	\$1.740,00
5	\$1.740,00	\$290,00	\$1.450,00
6	\$1.450,00	\$290,00	\$1.160,00
7	\$1.160,00	\$290,00	\$870,00
8	\$870,00	\$290,00	\$580,00
9	\$580,00	\$290,00	\$290,00
10	\$290,00	\$290,00	\$0,00

ELABORACIÓN: El Autor

ANEXO# 4. 12
PRESUPUESTO PARA SUELDOS ADMINISTRATIVOS

DENOMINACIÓN	SECRETARIA- CONTADORA	GERENTE	ASESOR JURÍDICO	CONSERJE- GUARDIAN
Basico	\$ 450,00	\$ 550,00		\$ 386,00
decimo tercero 1/12	\$ 37,50	\$ 45,83		\$ 32,17
decimo cuarto SBU/12	\$ 32,17	\$ 32,17		\$ 32,17
vacaciones 1/24	\$ 18,75	\$ 22,92		\$ 16,08
aporte patronal 11,15%	\$ 50,18	\$ 61,33		\$ 43,04
aporte SECAP 0,5%	\$ 2,25	\$ 2,75		\$ 1,93
Aporte IECE 0,5%	\$ 2,25	\$ 2,75		\$ 1,93
fondo de reserva	\$ 37,50	\$ 45,83		\$ 32,17
Total	\$ 630,59	\$ 763,58		\$ 545,48
# EMPLEADOS	\$ 1,00	\$ 1,00		\$ 1,00
total mes	\$ 630,59	\$ 763,58		\$ 545,48
total año	\$ 7.567,10	\$ 9.162,90	\$ 1.000,00	\$ 6.545,79
TOTAL SUELDOS	\$24.275,79			
SUELDOS sin fondos de reserva	\$ 7.117,10	\$ 8.612,90	\$1.000,00	\$6.159,79
total año sin fondos de reserva	\$ 22.889,79			

ELABORACIÓN: El Autor

ANEXO # 4.12.A
PROYECCIÓN PARA SUELDOS ADMINISTRATIVOS

años	incremento 2,49%
1	\$22.889,79
2	\$23.494,26
3	\$24.079,26
4	\$24.678,84
5	\$25.293,34
6	\$25.923,14
7	\$26.568,63
8	\$27.230,19
9	\$27.908,22
10	\$28.603,13

ELABORACIÓN: El Autor

ANEXO #4. 13
PRESUPUESTO PARA MUEBLES DE OFICINA

Descripción	Cantidad	Valor UNI.	VALOR TOTAL
Escritorio	3	\$75,00	\$225,00
Silla para oficina	4	\$25,00	\$100,00
Archivadores	3	\$5,00	\$15,00
Total		\$140,00	\$340,00

FUENTE: Almacenes de la ciudad

ELABORACIÓN: El Autor

**ANEXO# 4.13.A
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES DE OFICINA**

VIDA UTIL=10 AÑOS	VALOR ACTIVO=340,00		10% depreciación	
AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTIVO
0	340,00	34,00		306,00
1	306,00		30,60	275,40
2	275,40		30,60	244,80
3	244,80		30,60	214,20
4	214,20		30,60	183,60
5	183,60		30,60	153,00
6	153,00		30,60	122,40
7	122,40		30,60	91,80
8	91,80		30,60	61,20
9	61,20		30,60	30,60
10	30,6		30,60	0,00

ELABORACIÓN: El Autor

**ANEXO #4. 14
PRESUPUESTO PARA EQUIPOS DE OFICINA**

Descripción	Cantidad	Valor UN.	VALOR TOTAL
Teléfono	2	\$15,00	\$30,00
Calculadora	2	\$20,00	\$40,00
Grapadora	2	\$6,00	\$12,00
Perforadora	2	\$10,00	\$20,00
Total		\$51,00	\$102,00

FUENTE: Almacenes de la ciudad

ELABORACIÓN: El Autor

**ANEXO # 4. 14 A
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE OFICINA**

VIDA UTIL= 10AÑOS	VALOR ACTIVO=102,00		10% depreciación	
AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTIVO
0	102,00	10,20		91,80
1	91,80		9,18	82,62
2	82,62		9,18	73,44
3	73,44		9,18	64,26
4	64,26		9,18	55,08
5	55,08		9,18	45,90
6	45,90		9,18	36,72
7	36,72		9,18	27,54
8	27,54		9,18	18,36
9	18,36		9,18	9,18
10	9,18		9,18	0,00

Elaboración: el autor

**ANEXO # 4.15
PRESUPUESTO PARA SUMINISTROS DE OFICINA**

Detalle	Cantidad	VALOR UNI.	VALOR TOTAL
Facturero	1	\$10,00	\$10,00
Sello	1	\$4,00	\$4,00
Resma de papel	1	\$3,50	\$7,00
TOTAL			\$21,00

FUENTE: La reforma

**ANEXO N° 4.15.A
PROYECCIÓN DE SUMINISTROS DE OFICINA**

AÑOS	VALOR TOTAL INC 2,49%
1	\$21,00
2	\$21,52
3	\$22,06
4	\$22,61
5	\$23,17
6	\$23,75
7	\$24,34
8	\$24,95
9	\$25,57
10	\$26,20

ELABORACIÓN: El Autor

**ANEXO #4. 16
PRESUPUESTO PARA PUBLICIDAD Y PROPAGANDA**

DETALLE	CANTIDAD / CUÑA	COSTO	TOTAL
Radio SATELITAL	30	\$2,50	\$75,00
TOTAL MES			\$75,00
TOTAL AÑO			\$900,00

FUENTE: Medios de comunicación

ELABORACIÓN: El Autor

**ANEXO #4.16.A
PROYECCIÓN POR PUBLICIDAD Y PROPAGANDA**

AÑOS	VALOR TOTAL INC 2,49%
1	\$900,00
2	\$922,41
3	\$945,38
4	\$968,92
5	\$993,04
6	\$1.017,77
7	\$1.043,11
8	\$1.069,09
9	\$1.095,71
10	\$1.122,99

ELABORACIÓN: el autor

**ANEXO#4. 17
PRESUPUESTO PARA ÚTILES DE ASEO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
TACHOS DE BASURA	3	2,00	6,00
Escobas	3	1,50	4,50
Trapeadores	3	2,00	6,00
Detergente 2Kg	2	5,00	10,00
Desinfectantes	1	4,50	4,50
Fundas de Basura X 100	1	1,50	1,50
Toallas de Baño	2	1,80	3,60
Recogedor de Basura	3	1,30	3,90
Jabón Antibacterial	5	0,75	3,75
Cloro Galón	1	3,50	3,50
TOTAL			47,25

FUENTE: Almacenes de la ciudad

ELABORACIÓN: El Autor

**ANEXO #4. 17.A
PROYECCIÓN PARA ÚTILES DE ASEO**

AÑOS	VALOR TOTAL INC 2,49%
1	47,25
2	48,43
3	49,63
4	50,87
5	52,13
6	53,43
7	54,76
8	56,13
9	57,52
10	58,96

ELABORACIÓN: El Autor

**ANEXO # 4. 18
PRESUPUESTO PARA ARRIENDO VEHICULO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
ARRIENDO VEHICULO (FLETE)	4	\$20,00	\$80,00	\$1.040,00
TOTAL				\$1.040,00

FUENTE: COOPERATIVA DE CARROS

ELABORACIÓN: El Autor

**ANEXO # 4.18.A
PREOYECCIÓN PARA ARRIENDO VEHICULO**

AÑOS	VALOR TOTAL INC 2,49%
1	\$1.040,00
2	\$1.065,90
3	\$1.092,44
4	\$1.119,64
5	\$1.147,52
6	\$1.176,09
7	\$1.205,38
8	\$1.235,39
9	\$1.266,15
10	\$1.297,68

Elaboración: El Autor

**ANEXO # 4.19
PRESUPUESTO PARA EQUIPO DE COMPUTO**

Descripción	Cantidad	Valor
computadora laptop CORE 5	1	\$750,00
Impresora CANON	1	\$125,00
Total		\$875,00

FUENTE: master PC

ELABORACIÓN: El Autor

**ANEXO # 4.19.A
DEPRECIACIÓN EQUIPO DE COMPUTO**

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTIVO
0	\$875,00	\$291,67		\$583,33
1	\$583,33		\$194,44	\$388,89
2	\$388,89		\$194,44	\$194,44
3	\$194,44		\$194,44	\$0,00

ELABORACIÓN: El Autor

**ANEXO# 4.20
REINVERSIÓN PARA EQUIPO DE COMPUTO**

AÑOS	VALOR TOTAL INC 2,49%
1	\$875,00
2	\$896,79
3	\$919,12
4	\$942,00

ELABORACIÓN: El Autor

Nota: se proyecta el valor del equipo de cómputo con la tasa de inflación hasta el cuarto año y se toma ese valor como valor del activo, siendo este parte de la reinversión.

**ANEXO # 4.20.A
DEPRECIACIÓN DE REINVERSIÓN PARA EQUIPO DE CÓMPUTO**

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTIVO
0	\$942,00	\$314,00		\$628,00
1	\$628,00		\$209,33	\$418,67
2	\$418,67		\$209,33	\$209,33
3	\$209,33		\$209,33	\$0,00

ELABORACIÓN: El Autor

**ANEXO# 4.20.1
REINVERSIÓN PARA EQUIPO DE CÓMPUTO**

AÑOS	VALOR TOTAL INC 2,49%
1	\$942,00
2	\$965,46
3	\$989,50
4	\$1.014,14

Elaboración: El autor

**ANEXO # 4.20.1.A
DEPRECIACIÓN DE REINVERSIÓN PARA EQUIPO DE COMPUTO**

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTIVO
0	\$1.014,14	\$338,05		\$676,09
1	\$676,09		\$225,36	\$450,73
2	\$450,73		\$225,36	\$225,36
3	\$225,36		\$225,36	\$0,00

**ANEXO# 4.20.2
REINVERSIÓN PARA EQUIPO DE COMPUTO**

AÑOS	VALOR TOTAL INC 2,49%
1	\$1.014,14
2	\$1.039,39
3	\$1.065,27
4	\$1.091,80

Elaboración: El autor

**ANEXO # 4.20.2.A
DEPRECIACIÓN DE REINVERSIÓN PARA EQUIPO DE CÓMPUTO**

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTIVO
0	\$1.091,80	\$363,93		\$727,86
1	\$727,86		\$242,62	\$485,24
2	\$485,24		\$242,62	\$242,62
3	\$242,62		\$242,62	\$0,00

Elaboración: el autor

ANEXO # 4.21

PRÉSTAMO

PRESTAMO	5000,00
INERES	10,21%
TIEMPO	10 AÑOS

FUENTE: BANCO DEL ECUADOR

ELABORACIÓN: El Autor

ANEXO # 4.21.A

AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMO

TIEMPO= 10 AÑOS	INTERES = 10,21%			
SEMESTRE	CAPITAL	INTERES	DIVIDENDO	CAPITAL. RED
0				\$5.000,00
1	\$250,00	\$255,25	\$505,25	\$4.750,00
2	\$250,00	\$242,49	\$492,49	\$4.500,00
3	\$250,00	\$229,73	\$479,73	\$4.250,00
4	\$250,00	\$216,96	\$466,96	\$4.000,00
5	\$250,00	\$204,20	\$454,20	\$3.750,00
6	\$250,00	\$191,44	\$441,44	\$3.500,00
7	\$250,00	\$178,68	\$428,68	\$3.250,00
8	\$250,00	\$165,91	\$415,91	\$3.000,00
9	\$250,00	\$153,15	\$403,15	\$2.750,00
10	\$250,00	\$140,39	\$390,39	\$2.500,00
11	\$250,00	\$127,63	\$377,63	\$2.250,00
12	\$250,00	\$114,86	\$364,86	\$2.000,00
13	\$250,00	\$102,10	\$352,10	\$1.750,00
14	\$250,00	\$89,34	\$339,34	\$1.500,00
15	\$250,00	\$76,58	\$326,58	\$1.250,00
16	\$250,00	\$63,81	\$313,81	\$1.000,00
17	\$250,00	\$51,05	\$301,05	\$750,00
18	\$250,00	\$38,29	\$288,29	\$500,00
19	\$250,00	\$25,53	\$275,53	\$250,00
20	\$250,00	\$12,76	\$262,76	\$0,00

ELABORACIÓN: El Autor

RESUMEN ACTIVOS:**ANEXO # 4,22
RESUMEN ACTIVOS FIJOS**

ACTIVOS FIJOS	
DETALLE	VALOR
Maquinaria y Equipo	\$4.100,00
materiales y herramientas	\$17,50
instalaciones	247,35
Muebles de oficina	\$340,00
Equipo de Oficina	\$102,00
Equipo de Computo	\$875,00
TOTAL	\$5.681,85

**ANEXO # 4.23
RESUMEN ACTIVOS CORRIENTES**

ACTIVOS CORRIENTES	
DETALLE	VALOR
Materia prima directa	\$2.735,42
Materia prima indirecta	\$1.161,77
Mano de Obra Directa	\$546,83
Mano de obre indirecta	\$564,10
Sueldos administrativos	\$2.022,98
Agua	\$10,36
Teléfono	\$24,00
Luz	\$30,90
Suministros de oficina	\$1,75
Útiles de aseo	\$3,94
Arriendo	\$350,00
Gastos de venta	\$617,43
Publicidad y Propaganda	\$120,00
Total	\$8.189,48

ELABORACIÓN: El Autor

**ANEXO # 4,24
RESUMEN ACTIVOS DIFERIDOS**

ACTIVO DIFERIDO	
DETALLE	VALOR
Patente	\$2.000,00
estudios preliminares	\$500,00
Permiso de funcionamiento	\$150,00
Organización	\$250,00
TOTAL	\$2.900,00

ELABORACIÓN: El Autor

ANEXO # 4,25
TOTAL DE LA INVERSION

TOTAL DE INVERSION	
DETALLE	VALOR
Activo Fijo	\$5.681,85
Activo CORRIENTE	\$8.144,48
Activo Diferido	\$2.900,00
TOTAL DE INVERSION	\$16.771,13

ELABORACIÓN: El Autor

ÍNDICE

CARÁTULA.....	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS.....	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
a) TÍTULO.....	1
b) RESUMEN.....	2
ABSTRACT.....	5
c) INTRODUCCIÓN	8
d) REVISIÓN DE LITERATURA.....	11
e) MATERIALES Y MÉTODOS.....	40
f) RESULTADOS	47
g) DISCUSIÓN	71
h) CONCLUSIONES	148
i) RECOMENDACIONES.....	159
j) BIBLIOGRAFÍA	160
k) ANEXOS.....	162
ÍNDICE.....	189