



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOSA DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA
LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA
PRODUCTORA DE LUNCH PARA LOS
NIÑOS DE LAS ESCUELAS
PARTICULARES DE LA CIUDAD DE
LOJA”**

*Tesis previa para la obtención
del Título de Ingeniera
Comercial*

Autora:

 *Andrea Patricia Bravo Salcedo*

DIRECTOR:

 *Ing. Edison Espinoza Bailón*

Loja-Ecuador
2015

CERTIFICACIÓN

Ing.

Edison Espinosa Bailón

DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Que la tesis intitulada "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE LUNCH PARA LOS NIÑOS DE LAS ESCUELAS PARTICULARES DE LA CIUDAD DE LOJA", elaborada por la Sra. Egresada Andrea Patricia Bravo Salcedo, ha sido revisada conforme a su estructura, por lo que certifico su presentación ante el Tribunal de Grado y continuar con los trámites para su graduación.

Loja, febrero de 2015



Ing. Edison Espinosa Bailón
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Andrea Patricia Bravo Salcedo declaro ser autora 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.

Firma:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Andrea Patricia Bravo Salcedo', written over a dotted line.

Autora: Andrea Patricia Bravo Salcedo

Cédula: 1103191118

Fecha: Loja, febrero de 2015

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

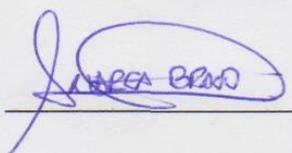
Yo, Andrea Patricia Bravo Salcedo, declaro ser autora de la tesis titulada **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE LUNCH PARA LOS NIÑOS DE LAS ESCUELAS PARTICULARES DE LA CIUDAD DE LOJA** como requisito para optar el grado de Ingeniera Comercial; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 23 días del mes de febrero del dos mil quince, firma el autor.

Firma: _____



Autor: Andrea Patricia Bravo Salcedo
Cédula: 1103191118
Dirección: Jazmines y Crisantemos (Urb. Los Geranios)
Correo electrónico: andypaticobs27@hotmail.com
Teléfono: 2104053
Celular: 0987758052
Director de Tesis: Ing. Edison Espinosa, Mg.
Tribunal de Grado: Ing. Carlos Rodríguez, Mg.
Ing. Galo Salcedo, Mg.
Ing. Luis Quizhpe, Mg.

DEDICATORIA

Con todo mi amor dedico este presente trabajo primeramente a dios y a la virgencita del cisne por haberme guiado e iluminado todos los días de mi vida, a mis queridos padres por su apoyo incondicional ya que sin ellos no habría llegado a donde hoy me encuentro, a mi querido esposo Andrés por su apoyo incondicional.

Andrea Bravo

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Nacional de Loja, a la Modalidad de Estudios a Distancia, la Carrera de Administración de Empresas a sus docentes que supieron compartir sus conocimientos durante mi estudio universitario con el fin de llegar a obtener la profesión y el título de Ing. Comercial.

Andrea Patricia Bravo Salcedo

a. TITULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE LUNCH PARA LOS NIÑOS DE LAS ESCUELAS PARTICULARES DE LA CIUDAD DE LOJA “

b. RESUMEN

El presente trabajo investigativo tuvo como objetivo realizar: “**Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Microempresa Productora de Lunch para los niños de las Escuelas Particulares de la ciudad de Loja**”, se lo realizó con la finalidad de ayudar a los padres de familia para que sus hijos coman en la escuela una comida rica y nutritiva.

El trabajo se desarrolló enmarcado en el esquema vigente de la Universidad Nacional de Loja, por lo cual consta en primera instancia el título que se definió como objetivo general, a continuación el resumen donde se hace una recopilación de cada punto realizado; luego la introducción donde se expone la problemática que dio origen al tema de tesis, se desarrolló la revisión de la literatura donde se exponen las diferentes teorías que sustentan los estudios de la tesis. A continuación están los materiales y métodos que se utilizaron, el método **Científico** es un proceso para recopilar información lógica y sistemática acerca del servicio a ofrecer. **Deductivo** permitió deducir la información que se pudo extraer del estudio de mercado. **Inductivo** es un proceso analítico sintético el cual parte del estudio de casos, hechos o fenómenos particulares para llegar al descubrimiento de un principio o ley general que lo rige.

Entre las técnicas que utilizaron están: la observación directa, la encuesta, y la revisión de literatura. En cuanto al procedimiento empleado se determinó la proyección de la población y el tamaño de la muestra.

Por tanto este proyecto se inicia con la elaboración del estudio de mercado, el cual se pudo determinar que existe una demanda insatisfecha la misma que se cubrirá con una pequeña parte con la puesta en marcha de este proyecto. También se determinó que en esta ciudad no existe empresas dedicadas a la comercialización de lunch rico y nutritivo, existe ofertantes dentro de los bares de las diferentes escuelas. Con los datos obtenidos del estudio de mercado, se procedió a la elaboración del Técnico, el cual se considera que la microempresa inicie sus actividades en un local propio para el buen funcionamiento y sea accesible para los clientes, estará ubicado en las calles Jazmines y Crisantemos parroquia San Sebastián, Barrio los Geranios. En lo concerniente al proceso productivo la microempresa contará con toda la maquinaria y tecnología necesaria para realizar un producto de calidad. se pudo determinar que existe una demanda insatisfecha la misma que se cubrirá con una pequeña parte con la puesta en marcha de este proyecto.

El estudio **técnico** se definió que la capacidad utilizada para el primer año que será 53800 de lunch que representa el 54.79% de la capacidad instalada, además se estableció que la localización optima de la planta será en la ciudad de Loja, en las calles Jazmines y Crisantemos y finalmente se determinó la ingeniera del proyecto en donde se planteó los aspectos técnicos como los recursos necesarios la distribución de la planta y proceso.

En el estudio administrativo se determinó que la razón social de la empresa será **“Rico y Nutritivo Cía Ltda.”**, así mismo, se estructuró la organización empresarial y las funciones de cada cargo de la empresa a través de una manual de funciones.

En el estudio financiero se estableció que la inversión será de 20198.23 capital propio

En la evaluación económica según los resultados obtenidos en el Valor Actual Neto de \$32,080.43; Tasa Interna de Retorno de 66.14%; Relación Beneficio Costo es de 1.25 por cada dólar invertido la empresa gana 0.25 centavos de dólar; Periodo de Recuperación de Capital es de 1 año, 3 meses y 11 días; Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos del 17 % dando un total del 0.98% y el análisis de sensibilidad en la disminución en los ingresos del 14.82% dando un total del 0.99%, por lo cual el proyecto es factible, cuyas conclusiones y recomendaciones así lo determinan, adjuntándose la bibliografía consultada con sus respectivos.

ABSTRACT

This research work was to carry out: "Feasibility Project for Creating a Studio Microenterprise Lunch for Children in Private Schools of the city of Loja" he was made in order to help parents to their children eat at school a rich and nutritious meal.

The development work is framed in the current scheme of the National University of Loja, thus consists in the first instance the title that was defined as a general goal, then the abstract collection where each point is made; after the introduction where the problem that gave rise to the thesis topic discussed. Has desaeollado review of the literature where the different theories that support the thesis studies are presented. Here are the materials and methods used, the Scientific Method is a process to gather logical and systematic information about the service to offer. Deductive allowed to deduct the information could be extracted from market research. Inductive is a synthetic analytical process which part of the case study, particular facts or phenomena to reach the discovery of a principle or general law governing it.

Among the techniques used are: direct observation, survey and literature review. As for the method employed population projection and the sample size was determined.

Therefore this project began with the development of the market study, which was determined that there is an unmet demand it to be covered with a small part in the implementation of this project. It was also determined that no companies dedicated to the commercialization of rich and nutritious lunch in this

town, there vendors within the bars of different escuelas. Con data from market research, we proceeded to the preparation of the Technical, which is considered that the micro begin operations in a separate room for the proper functioning and accessible for customers, will be located in the streets Jasmine and chrysanthemums San Sebastian Barrio Geraniums parish. With regard to the production process microenterprise will have all the equipment and technology needed to make a quality product. it was determined that there is an unmet demand it to be covered with a small part in the implementation of this project.

The technical study was defined that capacity utilization for the first year will be 53800 for lunch which represents 54.79% of installed capacity also established that the optimal location of the plant will be in the city of Loja, in the streets and Jasmine chrysanthemums and finally the engineer of the project where the technical aspects such as the distribution of resources and process plant wont be determined.

In the administrative study it was determined that the legal name of the company will "Rico and Nutritious Cia Ltda." Likewise, the business organization and functions of each position of the company through a structured manual functions.

The financial study was established that the investment is 20198.23 equity In evaluating the results económica según Net Present Value of \$32,080.43; Internal Rate of Return of 66.14%; Benefit Cost Ratio is 1.25 for every dollar invested company earns 0.25 cents; Capital Recovery Period is 1 year, 3

months and 11 days; Sensitivity analysis indicates that the project supports an increase in the cost of 17% for a total of 0.98% and a sensitivity analysis on the decrease in revenues of 14.82% for a total of 0.99%, so the project is feasible the conclusions and recommendations so determined, accompanied by the literature consulted with their respective.

c. INTRODUCCION.

El presente proyecto pretende la factibilidad económica para la producción y comercialización de lunch para niños en la ciudad de Loja.

El mercado para esta clase de producto no se encuentra saturado porque no existe en este sector una empresa dedicada a brindar este servicio, se presenta el caso que algunas escuelas dan el lunch solamente para satisfacer a los padres de familia.

Es importante la elección del tema de trabajo investigativo, porque es urgente para la sociedad conservar una economía sólida a través de ingeniosos proyectos que pueda desarrollar dinamismos. Es así como existe una oportunidad latente de dar solución a un problema evidente “La falta de creación de una empresa productora de lunch para los niños de las escuelas particulares de la ciudad de Loja; permitiendo que crezca la industria gastronómica y de esta manera se contribuye al incremento de la calidad de vida de los lojanos, aprovechando los recursos y materia prima existentes en el medio.

Ante lo expuesto es una gran oportunidad para convertirse en uno de los principales productores y comercializadores de lunch, el cual es un producto novedoso ya que es una nueva forma de comer sano y nutritivo.

El eje central de este proyecto consiste en satisfacer las necesidades de los clientes en el futuro, generar empleo y aportar al desarrollo de la ciudad de Loja.

La materia prima de este producto novedoso funciona a base de diferentes ingredientes que serán utilizados en el mismo.

Los objetivos específicos del presente proyecto de factibilidad son:

- ✓ Efectuar un estudio de mercado que permita conocer la demanda y oferta de lunch rico y nutritivo para las escuelas particulares de la ciudad de Loja.
- ✓ Realizar un estudio de técnico para determinar el tamaño, localización e ingeniería del proyecto.
- ✓ Definir la estructura organizacional de la empresa.
- ✓ Realizar un estudio económico – financiero donde se llegue a determinar los costos necesarios para la inversión, presupuestos, estados financieros y rentabilidad del proyecto.

El contenido formal del trabajo de tesis consta de **TITULO, RESUMEN** en donde se hace referencia a los objetivos planteados y los resultados obtenidos, **LA INTRODUCCION** en donde se explica la importancia del tema, y la estructura de la investigación. **La REVISION DE LITERATURA** en donde se han recopilado conceptos y teorías que sustentan el desarrollo del presente trabajo, se describen los **MATERIALES Y METODOS** donde se exponen los materiales, métodos y técnicas que hicieron posible el

proceso de la investigación, en los **RESULTADOS** se presenta las encuestas a los demandantes y oferentes.

En la **DISCUSION** se contrasta la información de las encuestas estableciendo los cuatro estudios correspondientes en orden, estudio de mercado, técnico, los cuatro estudios correspondientes en orden, estudio de mercado, técnico, organizacional y financiero; seguido a ello se plantea las respectivas **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES** finalmente consta la **BIBLIOGRAFIA** que detalla las fuentes de consulta sobre la temática investigativa, y en **ANEXOS** se incluye las encuestas aplicadas para establecer la demanda y oferta del producto.

d. REVISION DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

El lunch escolar



El lunch debe estar compuesto por una dieta nutritiva, su función es ayudar a que el niño mantenga un buen nivel de energía durante todo el día, pero sin que le quite el hambre para las tres comidas principales. Recordemos que no se debe sustituir el desayuno ni la comida, está comprobado que incluir colaciones planeadas en la alimentación ayuda a mantener activo el metabolismo, conservar el cuerpo con energía y evitar los extremos en las sensaciones de hambre y saciedad.

El niño está en constante movimiento, su intensa actividad demanda que tenga las calorías suficientes para desarrollar de manera conveniente. Además su estómago es pequeño por lo que necesita porciones también pequeñas pero de manera frecuente. Por lo general, es difícil que con el desayuno, comida y cena el niño cubra con la cantidad de alimento que requiere, por eso el lunch y la colación o snack de la tarde se vuelven importantes.

El lunch escolar para que sea el adecuado debe de cumplir con los siguientes aspectos:



Incluir por lo menos una opción de cada uno de los tres nutrientes (proteína, carbohidratos y grasa) añadir porciones adecuadas de alimentos ricos en fibra (fruta, verdura, cereales, legumbres o nueces); se debe evitar que tenga una alta proporción de grasas y azúcares, incluir líquidos, pues la hidratación de los niños es igual importante; es mejor que sea agua natural para que aprenda este maravilloso hábito, los jugos envasados normalmente tienen más azúcar que fruta.

Comida sana vs chatarra



Otro de los problemas que deben enfrentar los padres son los llamados "alimentos chatarra". Los niños tienen una especial predilección por ellos, porque están sustentados por una enorme carga publicitaria y son presentados de una manera que llaman la atención. Si usáramos las mismas técnicas para imponer los alimentos adecuados, la historia tendría un final diferente.

Entre los alimentos que denominamos chatarra se encuentran confites, gaseosas y comida rápida, su composición está cargada con hidratos de carbono y grasas. Esto no quiere decir que estén vedados para los niños, lo cual causaría el efecto contrario de cualquier prohibición, se sugiere que puedan ser consumidos en ocasiones especiales y no en forma diaria.

Para muchos padres es más fácil dar a sus hijos dinero para que compren su lunch en la escuela, que preocuparse de prepararle y guardarle diariamente estos en las mochilas.

Lo ideal es que el niño coma una variedad y cantidad de alimentos para crecer saludable y contribuir a las responsabilidades que le impone la edad escolar; para ello necesita una adecuada cantidad de proteínas, hidratos de carbono, lípidos, hierro, calcio, vitaminas, etc., estos elementos nutrientes se encuentran en los alimentos que nos ofrece la naturaleza: leche y sus derivados, carnes rojas, pollo, pescado, verduras frescas y cocidas, frutas, cereales, legumbres, etc.

Objetivos de la salud



1. Conocer las necesidades y requerimientos nutricionales en la etapa de mayor crecimiento.

2. Efectuar en base a las necesidades de la edad la fabricación de alimentos nutritivos que aporten las vitaminas, minerales, hidrato de carbono en forma de frutas, yogur, ensaladas, de bajo costo económico y alto valor nutricional.
3. . Enseñar buenas prácticas de manipulación de alimento
4. . Identificar los distintos grupos de alimentos y los nutrientes que nos aportan.

MARCO CONCEPTUAL

PROYECTO

Es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre muchas, una necesidad humana.

El planteamiento de este proyecto está encaminado a la solución de un problema existente en el mercado, como es la demanda insatisfecha en el servicio de lunch para niños en edad escolar de las escuelas particulares de la ciudad de Loja.

ESTUDIO DE MERCADO

Analiza el comportamiento; es decir trata de saber, como va actuar el consumidor y el porqué de los gustos hacia determinado producto o servicio.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

“El canal de distribución está constituido por la trayectoria que ha de seguir un bien o servicio desde su punto de origen o producción hasta su consumo, y,

además por el conjunto de personas o entidades que permiten la realización de las tareas correspondientes a lo largo de dicha trayectoria”¹ Se clasifican en:

Canal de Distribución de Bienes de Consumo. Es hacer llegar los productos perecederos por diversos canales de distribución hacia las manos de los consumidores de manera fácil y rápida.

Canal de Distribución de los Bienes Industriales. Es cuando se dispone de diversos canales para llegar a las organizaciones que incorporan los productos a su proceso de manufactura u operaciones.

Canal de Distribución de Servicios. La naturaleza de los servicios da origen a necesidades especiales en su distribución. Y se pueden dar de dos formas:

- Una es que el servicio se aplique al demandante en el momento de producirse. Ejemplo: Una persona que demanda servicio cuidado de un niño; éste se aplica al mismo tiempo en que se produce.
- Otra forma puede ser que el demandante reciba el servicio hasta que el desee utilizarlo. Ejemplo: Cuando una persona hace una reservación de para la inscripción del niño, podría decirse que el servicio ya está comprado y producido. Pero llegara a ser utilizado hasta que el demandante lo decida.

PRODUCTORES DE SERVICIOS:

Productor – Consumidor. Por su naturaleza de que los servicios no son tangibles, con frecuencia requieren de un contacto personal con el cliente que

¹MIQUEL PERIS, Salvador, Distribución Comercial, 5ta. Ed., Editorial ESIC, Madrid-España, 2006

requiere asesoramiento del servicio que ofrecemos (abogados, médicos, maestro, transporte, estética).

Productor – Agente - Consumidor. Aunque en la mayoría de los casos de los servicios el contacto es directo, puede tener sus excepciones, un agente de ventas en un ejemplo sobre este nivel ya que ellos se encargan de realizar la transacción entre el fabricante de servicios y los consumidores.

MERCADOTECNIA

Según Philip Kotler, “La Mercadotecnia es el desempeño de actividades de negocios que dirigen la corriente de bienes y servicios del productor al consumidor o usuario” Es la realización de una serie de actividades de orden empresarial que conducen armónicamente los bienes y servicios desde el producto, precio, plaza y promoción.

El producto.- Es la combinación de bienes y servicios que la empresa ofrece altercado meta.

El precio.- Es la cantidad de dinero que los clientes deben pagar para obtener el producto.

La plaza.- Comprende las actividades de la empresa que ponen el producto a disposición de los consumidores meta.

La promoción.- Abarca las actividades que comunican las ventajas del producto y convencen a los consumidores meta de comprarlo.

PROCESO DE PRODUCCIÓN

Es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios, a partir de insumos y se identifica como la transformación de una serie de insumos para convertirlos en productos mediante una determinada función de producción.

MERCADO

Conjunto de personas naturales y jurídicas que mantienen relaciones comerciales sobre determinados productos o servicios bajo las mismas condiciones.

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

“La Segmentación se define como el procedimiento de dividir un mercado en distintos subconjuntos de consumidores que tienen necesidades o características comunes y de seleccionar uno o varios segmentos para llegar hacia ellos mediante una mezcla de marketing específica”².

Para realizar el estudio de mercado primeramente se realizará la segmentación del mismo, tomando en cuenta que el servicio a prestarse tendrá más acogida por parte de los padres de familia de niños en edad escolar de las escuelas particulares de la ciudad de Loja.

OFERTA

La cantidad de producto o servicio que se está dispuesto a intercambiar o vender, dado, un valor intrínseco de que piensa realizar la transacción.

²SCHIFFMAN, León G. Comportamiento del Consumidor, 8va. Ed., Pearson Educación, México, 2005

La oferta estará determinada mediante el estudio de mercado a realizarse, en el cual se determinará a los posibles competidores.

DEMANDA

Se entiende por demanda la cantidad de bienes o servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

En este caso se la obtendrá mediante la aplicación de la técnica de la encuesta, aplicada a los diferentes sectores del área de influencia.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA EMPRESARIAL

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

”La estructura organizacional es clave para organizar la cadena de mando, la distribución de la autoridad y el control.

La estructura organizacional es un marco de organización mediante la cual se pueden elaborar productos de manera organizada y alcanzar los objetivos organizacionales”³

La estructura organizacional implica como un negocio por ejemplo, organiza categoriza y delega tareas para alcanzar un objetivo en particular. Determinando como un negocio está yendo para tomar decisiones y como esas decisiones son implementadas es el propósito y la esencia de la estructura organizacional.

El diagrama organizacional u organigrama muestra como los departamentos, divisiones, y varios niveles de una organización interactúan entre sí. Un

³DOLLY TEJADA, Blanca. Administración de Servicios de alimentación, 2da. Ed, Universidad de Antioquia, Colombia, 2007

diagrama organizacional es a menudo representado como una ilustración visual.

Organigrama (órgano = órgano u organismo + grama = gráfico) es la gráfica que representa la organización de una empresa, o sea, su estructura organizacional.

Cadena de mando

La importancia de la estructura organizacional identifica quienes participan del proceso de toma de decisión y como estas decisiones se actualizan.

Departamentalización

La estructura organizacional define como tareas específicas y actividades son asignadas a sus departamentos. Por ejemplo, los representantes de ventas estarán agrupados dentro del departamento o división de ventas.

Manuales

Son folletos, libros, carpetas, que de cualquier manera puedan canalizar en forma sistemática y ordenada los elementos administrativos de una empresa.

EL ESTUDIO FINANCIERO

“Tiene la finalidad de analizar la situación financiera, la rentabilidad y la capacidad económica de una organización. Sirve para planear y llevar a cabo las acciones que conducirán al logro de los objetivos”⁴

El objetivo central del estudio económico es la determinación de los métodos económicos del proyecto y para ello hay la necesidad de identificar las

⁴GRANADOS MARTIN, María Antonieta. Liderazgo Emprendedor, Edamsa Impresiones, México, 2008

necesidades de inversión, los ingresos, los gastos, la utilidad y rentabilidad del proyecto.

El estudio financiero tienen efecto directo sobre el anterior y su objetivo central es determinar las necesidades de recursos financieros, las fuentes y las condiciones de ellas y las posibilidades reales de tener acceso a dichas fuentes.

PLAN DE INVERSIONES DE UN PROYECTO

Corresponde a la descripción detallada de las necesidades de capital en que se va a incurrir para la materialización del mismo. “La inversión se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio con el objetivo de incrementarlo.

Dicho de otra manera, consiste en renunciar a un consumo actual y cierto a cambio de obtener unos beneficios futuros y distribuidos en el tiempo”⁵

- Las inversiones fijas.- constituyen lo que más tarde serán los activos fijos de la empresa y corresponden a los bienes que la empresa adquiere con el ánimo de destinarlos a su explotación.
- Capital de trabajo o de operación.- Se llama capital circulante o de trabajo el patrimonio en cuenta corriente que requiere la empresa para atender las operaciones de producción y distribución de bienes o servicios.

El Plan de Inversión comprende la inversión en equipos: Equipo Transmisor, Sistema Radiante, Equipo de Producción, Infraestructura: Comprende la

⁵PIERRE,Masse.La elección de las inversiones. Sagitario, 1963

inversión en terrenos, caminos de acceso, torres, instalaciones electromecánicas, edificios, casetas, equipos de oficina, computadoras, vehículos, etc., incluyendo repuestos y accesorios, fletes internos, derechos de introducción y gastos de instalación.

COSTOS E INGRESOS

Costos.- Se lo puede definir como los desembolsos en moneda o su equivalente, los cuales son necesarios para conseguir determinada meta.

Además de este concepto tangible o contable como pueden distinguirse otro concepto, cuya medición es más compleja, por referirse a situaciones intangibles, tales como esfuerzos o sacrificios, los cuales también se suceden para obtener esa determinada meta.

ANÁLISIS DE COSTOS

El objetivo esencial de la misma es comunicar información financiera y no financiera a administración a efecto de que esta pueda ejercer la planeación el control y la evaluación de los productos.

El análisis del costo es sumamente importante ya que el mismo mide el sacrificio económico en el que se haya incurrido para alcanzar las metas de una organización.

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

COSTOS FIJOS.-“Los Costos Fijos son aquellos cuyo monto total no se modifica de acuerdo con la actividad de producción. En otras palabras, se puede decir que los Costos Fijos varían con el tiempo más que con la actividad;

es decir, se presentarán durante un periodo de tiempo aun cuando no haya alguna actividad de producción”⁶.

COSTOS VARIABLES.- “Se denominan así a aquellos gastos que varían en forma más o menos proporcional a la producción y ventas, dentro de ciertos límites de capacidad y tiempo”.⁷

ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

El Flujo de Caja es un informe financiero que muestra los flujos de ingreso y egreso de efectivo que ha obtenido una empresa.

“La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en ella se determinen.”⁸

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

Los elementos del flujo de caja son cuatro:

- a.- Los egresos iniciales de fondo
- b.- Los ingresos y egresos de operación
- c.- El momento en que ocurren estos ingresos y egresos
- d.- El valor de desecho y salvamento del proyecto

⁶www.promonegocios.net/costos/costos-fijos.html

⁷<http://www.definicion.org/costos-variables>

⁸<http://html.rincondelvago.com/flujo-de-caja.html>

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANACIAS

Es el estado financiero que muestra el aumento o la disminución que sufre el capital contable o patrimonio de la empresa como consecuencias de las operaciones practicadas, durante un periodo de tiempo, mediante la descripción de los diferentes conceptos de ingresos, costos, gastos y productos que las mismas provocaron”⁹

BALANCE GENERAL

Es el documento contable que informa en una fecha determinada la situación financiera de una empresa presentando en forma clara el valor de sus propiedades y derechos, sus obligaciones y su capital valuados y elaborados de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados.

“Es un resumen de todo lo que tiene la empresa, de lo que debe, de lo que le deben y de lo que realmente le pertenece a su propietario, a una fecha determinada”

BALANCE DE SITUACION

“Este estado es un documento estático ya que representa la situación patrimonial de la empresa en un momento dado”

Es una herramienta que utilizamos en contabilidad para conocer la situación patrimonial de la empresa. Cuando hablamos de situación patrimonial nos referimos al patrimonio de una empresa, que está formado por bienes, derechos y obligaciones.

⁹AVILA MACEDO, Juan José. Introducción a la Contabilidad, Umbral Editorial, México, 2007

EVALUACIÓN ECONÓMICA

“La evaluación de un proyecto es el proceso de medición de su valor, que se basa en la comparación de los beneficios que genera y los costos o inversiones que requiere, desde un punto de vista determinado”.¹⁰

Se vale de algunos métodos matemáticos los cuales intentan tomar el valor del dinero a través del tiempo dentro de estos tenemos:

Valor actual neto (VAN).- Es el método más conocido y generalmente más aceptado por los evaluadores de proyectos. Mide la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer periodo de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento cero.

Fórmula:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

Este método permite determinar el valor actual de los flujos de costos o ingresos generados en la vida útil del proyecto.

- Si el van es positivo se acepta la inversión
- Si el VAN es igual a cero la decisión de invertir in indiferente
- Si el van es negativo se rechaza la inversión

¹⁰<http://www.monografias.com/trabajos26/proyecto-ampliacion/proyecto-ampliacion.shtml>

Período de recuperación de capital (PRC).- Éste método sirve para calcular el número de años necesarios para recuperar la inversión inicial. Su interés radica solamente en el tiempo de recuperación del mismo.

$$PRC = \frac{\text{Flujo neto} - \text{Inversión inicial}}{\text{Flujo neto (último año)}}$$

Tasa interna de retorno (TIR).- Es la tasa de descuento que hace que el VPN sea igual a cero.

Fórmula:

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

Los criterios de decisión para la TIR son los siguientes:

- Si la TIR es mayor al costo de capital o al costo de oportunidad se acepta la inversión
- Si la TIR es igual al costo del capital o el costo de oportunidad, la decisión resulta indiferente
- Si la TIR es menor al costo de capital o al costo de oportunidad se rechaza la inversión.

Relación beneficio costo (B/C).- Se obtiene cuando el valor actual de la corriente de beneficios se divide por el valor actual de la corriente de costos.

Fórmula:

$$RBC = \frac{\text{Sumatoria de ingresos actualizados}}{\text{Sumatoria de costos actualizados}}$$

Este indicador se lo interpreta como la cantidad obtenida como beneficio por cada dólar invertido su interpretación puede ser:

- Si el BC es mayor que 1 se puede realizar el proyecto
- Si el BC es igual que uno es indiferente
- Si el BC es menor que uno se debe rechazar el proyecto

Los criterios de decisión se expresan en los siguientes términos:

B/C > 1 Se debe ejecutar el proyecto

B/C = 1 Es indiferente ejecutar el proyecto

B/C < 1 Se debe realizar el proyecto

Análisis de la sensibilidad del proyecto.- “El análisis de sensibilidad demuestra que ante las más altas variaciones esperadas en distintos parámetros o factores, la rentabilidad del proyecto se mantiene y continúa siendo atractivo”.¹¹

Fórmulas

Diferencia de TIR = TIR del Proyecto – Nueva TIR

% de Variación =
$$\frac{\text{Diferencia entre TIR}}{\text{TIR del Proyecto}}$$

Sensibilidad =
$$\frac{\% \text{ Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

¹¹ Guía de Estudio del IX Módulo de la Universidad Nacional de Loja. Evaluación de proyectos. Loja-Ecuador. Año 2007. Pág. 45-46.

e. MATERIALES Y METODOS

1. MATERIALES

Dentro de estos se utilizó algunos suministros y equipos de oficina, tales como: papelería y artículos de oficina, así como computadora, impresora, grabadora, entre los más importantes.

Recursos Humanos

- Aspirante a Ing. Comercial Andrea Patricia Bravo Salcedo
- Director de tesis.
- Padres de familia

Recursos Económicos

Computadora portátil	850
Alquiler de internet	40
Impresión de documentos	200
Gastos de movilización	700
Aplicación de encuestas	130
Materiales de oficina	85
Varios	180
Total	2185

2. METODOS.

METODO CIENTIFICO._ Está basado en los datos científicos y matemáticos con la utilización de todos los pasos de la investigación, se relacionará con el trabajo investigativo que se utilizó conceptos científicos o referentes de autores lo que permitirá tener una mejor visión sobre la temática a investigar sobre cómo se puede crear una empresa de servicios de lunch en la ciudad de Loja.

METODO INDUCTIVO._ Se trata del método científico más usual, en el que pueden distinguirse cuatro pasos esenciales: la observación de los hechos para

su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permita llegar a una generalización; y la contrastación.

METODO DEDUCTIVO._ Se implementó el método deductivo en la realización de este trabajo, debido a que el proyecto se fundamentará en objetivos que luego de los análisis correspondientes se los elaborará.

Se aplicó para desarrollar y ejecutar la investigación partiendo desde un análisis de lo general a lo particular; la investigación permitió realizar una descripción de cómo se puede crear una empresa de servicios y ayudó a determinar de qué formas están estructuradas, cuál es la forma de manejo hacia sus empleados e identificando la situación de la competencia.

MÉTODOS ESTADÍSTICO

Se utilizó este método en la aplicación de encuestas en la tabulación e interpretación de datos, para la realización del estudio de mercado. A través de este método se pudo medir los resultados obtenidos de la encuesta y así se determina en porcentaje cual es el problema.

MÉTODOS BIBLIOGRÁFICO._ Permite conocer todos los autores de libros que se han dedicado a analizar sobre este tipo de empresas de servicios y de otra manera también sirvió de guía para obtener más información. Por lo tanto la bibliografía, es el conjunto de catálogos, libro, folletos, internet o escritos referentes de una materia determinada.

METODO ANALÍTICO._ Este método implicó el análisis (del griego análisis, que significa descomposición), esto es la separación de un todo en sus partes

o en sus elementos constitutivos. Se apoya en que para conocer un fenómeno es necesario descomponerlo en sus partes.

Fue de gran utilidad ya que dio la posibilidad de hacer deducciones de casos generales a particulares y viceversa, los métodos mencionados ayudaron específicamente para proyectar la demanda y la oferta.

3. TÉCNICAS.

Entre las técnicas utilizadas tenemos las siguientes:

La Observación._ Se la desarrolló utilizando la observación directa y documental, la primera consiste en la inspección y estudio de las características más sobresalientes del hecho a investigar captando la realidad natural, económica y social.

La entrevista._ Consistió en un diálogo directo entre el entrevistado y entrevistador, que se la realizara a los bares y proveedores de lunch de las diferentes escuelas particulares en la ciudad de Loja.

La encuesta._ Se la utilizó, para la recolección de datos y de esta manera organizar, tabular y presentar la información obtenida, para poder así analizarlos. El detalle de la misma se encuentra a continuación:

2.08%, para proyectar la población de la ciudad de Loja para el año 2015, se procedió de la siguiente forma:

4. PROCEDIMIENTO

Segmentación del mercado objetivo

Según los datos proporcionados por la Dirección Provincial de Educación de Loja existen 55 escuelas particulares, por otro lado la sumatoria de alumnos en

las edades comprendidas desde los 3 años hasta los 7 años da un total de 1200 niños, siendo este universo para el presente estudio.

Tamaño de la muestra

Para calcular el tamaño de la muestra de los consumidores en el mercado, se utilizó información proporcionada por la dirección de educación año lectivo 2012 - 2013 y 2013 – 2014 , teniendo una tasa de crecimiento del 2.08; aplicando la formula condensada para poblaciones finitas se obtuvo los siguientes resultados:

Formula:

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

Siendo:

1= Constante

n = Muestra

N = Población en estudio = 1200

e = Margen de error (5%)

Aplicando la formula tenemos:

$$n = \frac{N}{1 + N (E)^2}$$

$$n = \frac{1200}{1 + 1200 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{1200}{4}$$

n = 300 encuestas

Por tanto, estas 300 encuestas se aplicaron para el análisis del mercado de la producción de lunch a los padres de familia de las escuelas particulares de la ciudad de Loja.

Así mismo para determinar a los oferentes en este estudio se determinó que de las 22 escuelas particulares en la ciudad de Loja, 15 escuelas tienen bares para los niños y en las restantes en algunos casos no tienen bar o son muy pequeños y no tienen registros sanitarios para el expendio de alimentos.

En cuanto al desarrollo de este proyecto se realizaron los estudios de Mercado, Técnico, Administrativo, y el Financiero; luego de lo cual se presentan las conclusiones y recomendaciones a las que se llegó luego de finalizado este trabajo.

f. RESULTADOS

ENCUESTA A DEMANDANTES.

PREGUNTA N°1

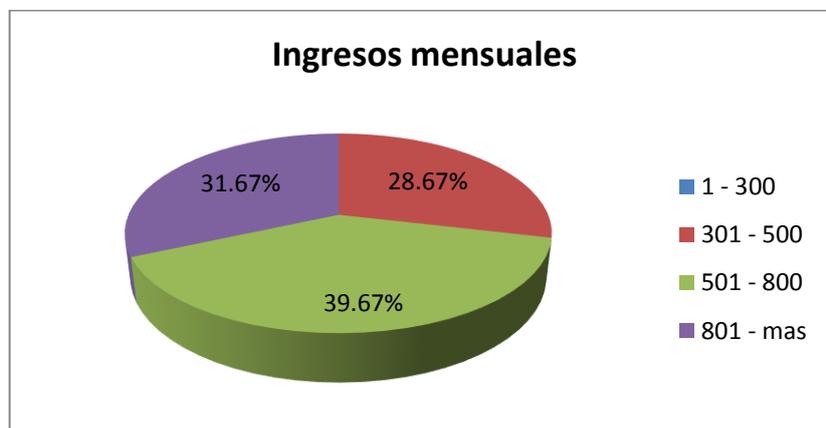
¿Cuáles son sus ingresos mensuales?

CUADRO 1
INGRESOS MENSUALES

Variable	Frecuencia	Porcentaje
700 - 1000	86	28,67
1001 – 1300	119	39,67
1301 a mas	95	31,67
TOTAL	300	100,00

Fuente : Encuesta a los padres de familia
Elaboración: La autora

GRAFICA 1



Análisis e interpretación:

Mediante este análisis se puede observar un 39.67% que tienen ingresos mensuales de \$700 a \$1001; un 28.67% tienen ingresos mensuales de \$1001 a \$1300; un 31.67% tienen ingresos mensuales \$1301 a más. En base a los resultados obtenidos se puede evidenciar que existen una mayoría en los encuestados en el rango de sueldo entre \$1001 a \$1300 dólares.

PREGUNTA N°2

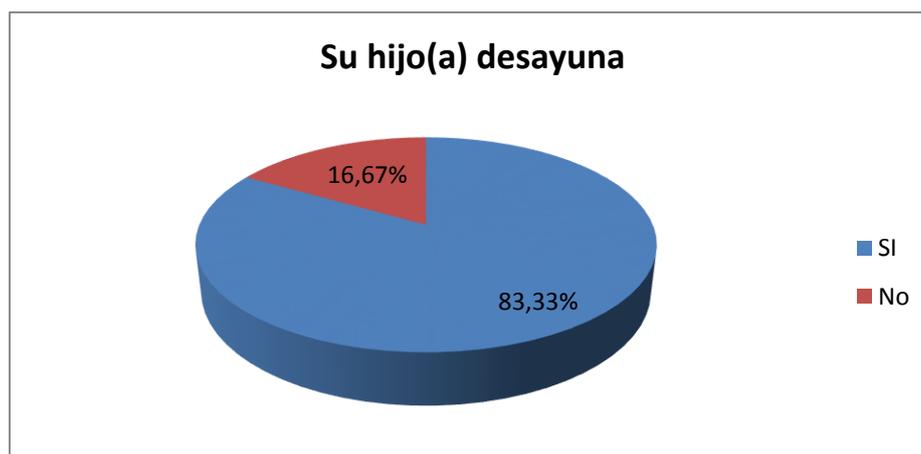
¿Su hijo(a) desayuna todos los días?

Cuadro 2
Su hijo(a) desayuna

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	250	83,33
No	50	16,67
TOTAL	300	100,00

Fuente : Encuesta a los padres de familia

Elaboración: La autora

GRAFICA 2**Análisis e interpretación:**

Según los resultados obtenidos, el 83,33% de los encuestados respondieron que sus hijos si desayunan, mientras que el 16,67% no desayuna por no tener el tiempo suficiente ya que se despiertan tarde o simplemente no les gusta desayunar.

PREGUNTA N°3

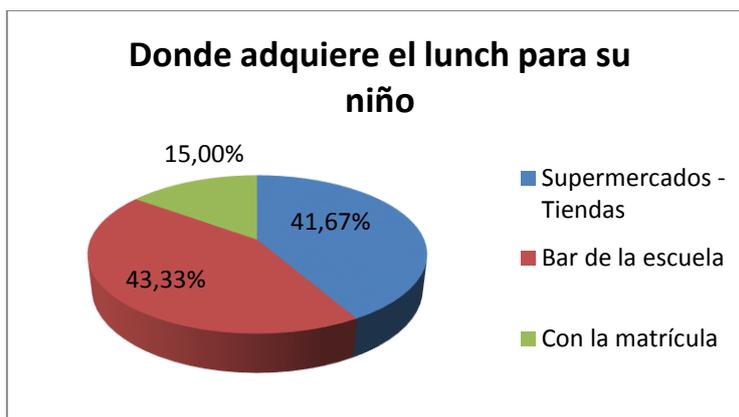
¿Dónde adquiere el lunch para su niño?

Cuadro 3**Donde adquiere el lunch para su niño**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Supermercados - Tiendas	125	41,67
Bar de la escuela	130	43,33
Con la matrícula	45	15,00
TOTAL	300	100,00

Fuente : Encuesta a los padres de familia

Elaboración: La autora

GRAFICA 3**Análisis e interpretación:**

De los resultados obtenidos podemos decir que el 43.33% de los padres de familia encuestados les envían dinero para que adquieran productos en el bar, el 41,67% compran diariamente para enviarles a sus hijos, mientras que el 15% pagan dentro de la matrícula para que les den el lunch. En la presente pregunta se evidencia con claridad que los hijos de los encuestados consumen en su mayoría en el bar de la escuela.

PREGUNTA N°4

¿Su hijo adquiere alimentos en el bar de la escuela?

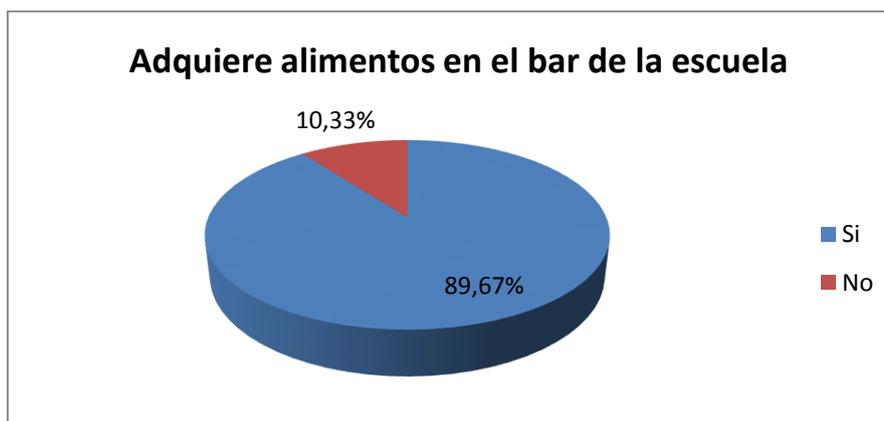
CUADRO 4

Adquiere alimentos en el bar de la escuela

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	269	89,67
No	31	10,33
TOTAL	300	100,00

Fuente : Encuesta a los padres de familia

Elaboración: La autora

GRAFICA 4**Análisis e interpretación:**

Según los resultados obtenidos, es 89,67% de los padres de familia encuestados respondieron que sus hijos si adquieren productos en el bar de la escuela, mientras que el 10.33% no consumen en el bar ya que pagan dentro de las matriculas para adquirir el servicio de lunch. En la aplicación de la presente pregunta se puede decir que 279 niños consumen en el bar de la escuela con lo que obtenemos la demanda potencial para el proyecto.

PREGUNTA N°5

¿El consumo de alimentos en el receso es de todos los días?

CUADRO 5**Consume en el receso todos los días**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	250	92,94
No	19	7,06
TOTAL	269	100,00

Fuente : Encuesta a los padres de familia

Elaboración: La autora

GRAFICO 5**Análisis e interpretación:**

De los resultados obtenidos podemos decir que el 92,84% de los padres encuestados respondieron que sus hijos consumen alimentos en el bar de la escuela, mientras que el 7,06% no lo hacen. De acuerdo a la presente pregunta 250 padres de familia manifestaron que sus hijos consumen todos los días en el bar de la escuela, obteniendo así un dato muy importante como es el de la demanda real.

PREGUNTA N°6

¿Cuánto presupuesto para el lunch de su niño?

CUADRO 6

Cuanto presupuesto para el lunch de su niño

Variable	Frecuencia	Porcentaje	xm	xm*f
0,50 – 1,50	0	0,00	1	0,00
1,51 – 2,50	136	50,56	2,005	272,68
2,51 – 3,50	133	49,44	3,005	399,67
TOTAL	269	100,00		672,35

Fuente : Encuesta a los padres de familia

Elaboración: La autora

Para obtener el promedio del costo del lunch se realizó la siguiente formula:

$$\bar{x} = \frac{\sum xm.f}{\sum f} = \frac{672.35}{269} = 2.50 \text{ ctvs.}$$

GRAFICA 6**Análisis e interpretación:**

De todas las respuestas obtenidas el 91,82% de los encuestados dicen que destinarían de \$1,50 a 2,50 para el lunch de sus niños mientras que el 8,18% de \$2.51 a 3,50 y el 0% presupuesto de \$0,50 a \$1.50. De acuerdo a las respuestas obtenidas, los encuestados prefieren pagar un lunch para sus niños de \$1,50 a \$2,50 . El promedio del costo es de 2.50 ctvs.

PREGUNTA N°7

¿Cree que los bares de las escuelas proveen a su hijo de una comida rica y nutritiva?

CUADRO 7

Proveen a su hijo de una comida rica y nutritiva

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	80	29,74
No	189	70,26
TOTAL	269	100

Fuente : Encuesta a los padres de familia

Elaboración: La autora

GRAFICA 7**Análisis e interpretación:**

Según los resultados obtenidos el 29,74% de los encuestados consideran que los bares de las escuelas si proveen de comida rica y nutritiva mientras que el 70,26% no proveen. De acuerdo a los resultados obtenidos, los encuestados dicen que no vende buena comida en los bares de las escuelas.

PREGUNTA N°8

¿Si se creara una microempresa productora de lunch (rico, nutritivo en base a lácteos, verduras y carnes) para los niños de las escuelas particulares de la ciudad de Loja estaría dispuesto a contratar nuestro servicio?

Cuadro 8

Ingiere comidas nutritivas en el bar de la escuela

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	269	100,00
No	0	0,00
TOTAL	269	100,00

Fuente : Encuesta a los padres de familia

Elaboración: La autora

GRAFICA 8



Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos el 11,15% manifestaron que no estarían dispuestos a contratar porque cuentan con el servicio de las escuelas mientras que el 88,85% si estaría dispuesto adquirir nuestro producto. De acuerdo a los resultados 269 personas accederían a este servicio, con lo que obtenemos el porcentaje para calcular la demanda efectiva.

PREGUNTA N° 9

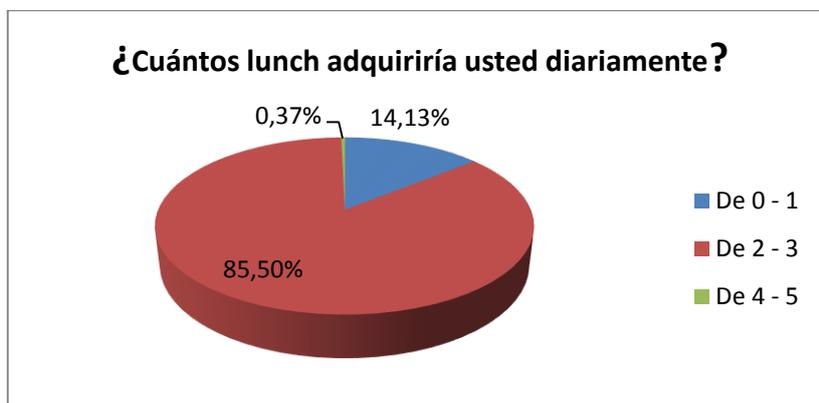
¿Cuántos lunch adquiriría usted diariamente?

CUADRO 9
Cuántos lunch adquiriría usted diariamente

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0 - 1	38	14,13
2 - 3	230	85,50
4 - 5	1	0,37
TOTAL	269	100,00

Fuente : Encuesta a los padres de familia
Elaboración: La autora

GRAFICA 9



Análisis e interpretación:

Un 85,50% de los encuestados adquirirían de 2 a 3 lunch diarios, el 14,13% compraría de 0 a 1 lunch y el 0,37% de 4 a 5 lunch. De acuerdo a los resultados obtenidos los padres de familia comprarían de 2 a 3 lunch diarios ya que tiene entre 2 o más hijos.

PREGUNTA N°10

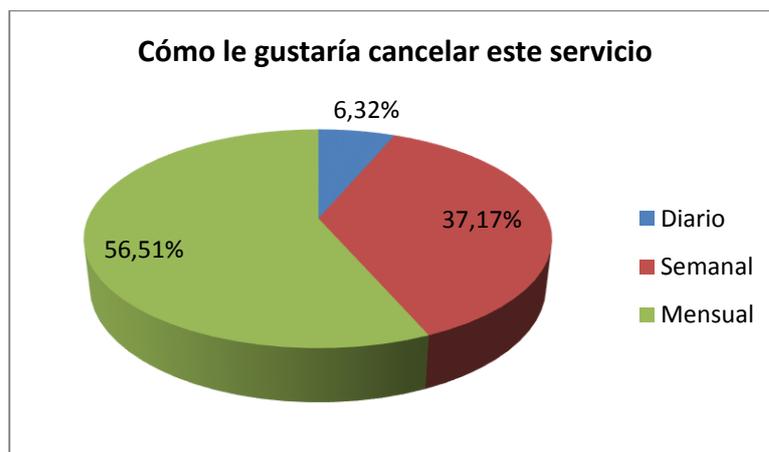
¿Cómo le gustaría cancelar este servicio?

Cuadro 10
Como le gustaría cancelar este servicio

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Diario	17	6,32
Semanal	100	37,17
Mensual	152	56,51
TOTAL	269	100,00

Fuente : Encuesta a los padres de familia

Elaboración: La autora

GRAFICA 10**Análisis e interpretación:**

El 6,32% de los encuestados les gustaría se le cobre diariamente, el 37,17% semanal y mientras que el 56.51% mensualmente. Según los resultados obtenidos, el cobro mensual sería lo mejor para los padres de familia.

PREGUNTA N° 11

¿Cuál es el lugar de su preferencia para cancelar este servicio?

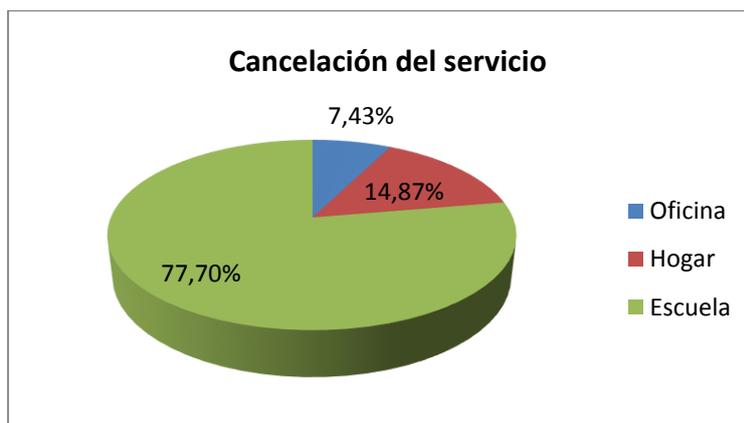
CUADRO 11

Donde le gustaría que se lo visite para cancelar el servicio

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Oficina	20	7,43
Hogar	40	14,87
Escuela	209	77,70
TOTAL	269	100,00

Fuente : Encuesta a los padres de familia

Elaboración: La autora

GRAFICA 11**Análisis e interpretación:**

El 7,43% de los encuestados nos manifestó que les gustaría que se les cobre en la oficina, el 77,70% en la escuela y mientras que el 14,87% les gustaría que sea en el hogar. De acuerdo a los resultados obtenidos el lugar que les gusta más para cancelar el servicio es en la escuela.

PREGUNTA N°12

¿Si tiene dos o más niños en la escuela le gustaría obtener un descuento?

Cuadro 12**Descuento si tiene dos o más niños**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	269	100,00
No	0	0,00
TOTAL	269	100,00

Fuente : Encuesta a los padres de familia

Elaboración: La autora

GRAFICO 12**Análisis e interpretación:**

El 100% de los encuestados supieron manifestaron que si les gustaría obtener un descuento en el servicio de lunch.

PREGUNTA N°13

¿En qué medio le gustaría que se dé a conocer la nueva empresa de lunch?

Cuadro 13

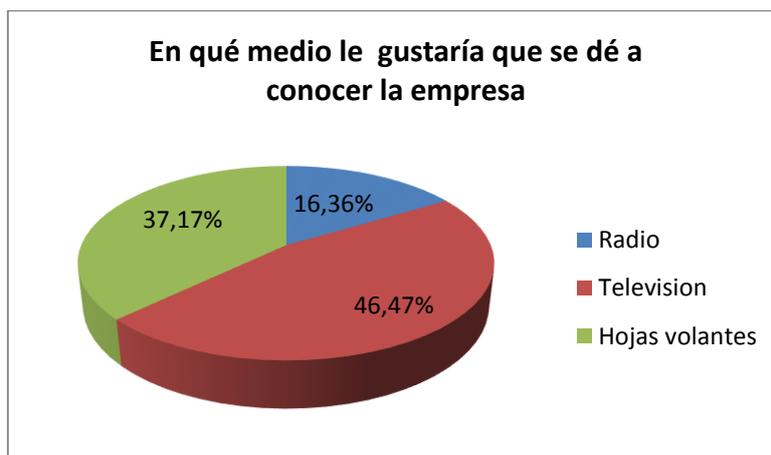
Medios de comunicación sugeridos para la publicidad

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Radio	44	16,36
Televisión	125	46,47
Hojas volantes	100	37,17
TOTAL	269	100,00

Fuente : Encuesta a los padres de familia

Elaboración: La autora

GRAFICA 13



Análisis e interpretación :

EL 16.36% de los encuestados manifestaron que el medio de comunicación en el que les gustaría que se dé a conocer las bondades del lunch para los niños es la Radio, el 37.17 las Hojas Volantes, el 46.47% la televisión. Según las respuestas de los encuestados la televisión es la herramienta de comunicación preferida.

PREGUNTA N°14

¿Dónde le gustaría que esté ubicada la empresa de lunch?

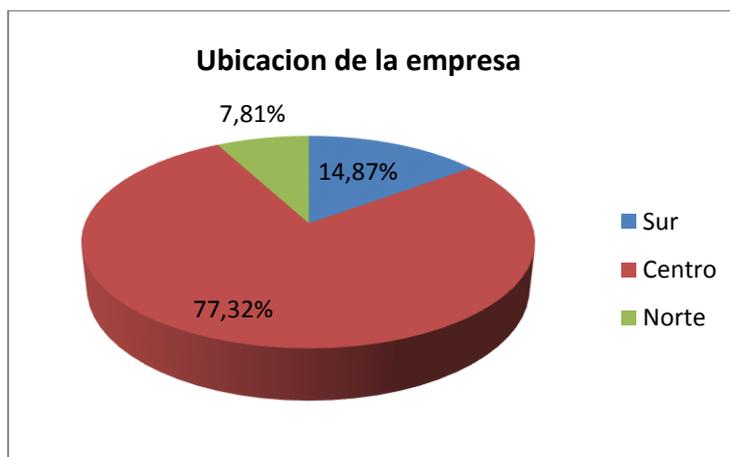
Cuadro 14

Dónde le gustaría que esté ubicada la empresa de lunch

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Sur	40	14,87
Centro	208	77,32
Norte	21	7,81
TOTAL	269	100,00

Fuente : Encuesta a los padres de familia

Elaboración: La autora

GRAFICA 14**Análisis e interpretación:**

El 7,81% de los encuestados les gustaría que la empresa esté ubicada en el norte, el 14,87% en el sur, mientras que el 77,32% les gustaría en el centro de la ciudad. Según los resultados es el Centro donde tendrán más facilidades.

PREGUNTA N°15

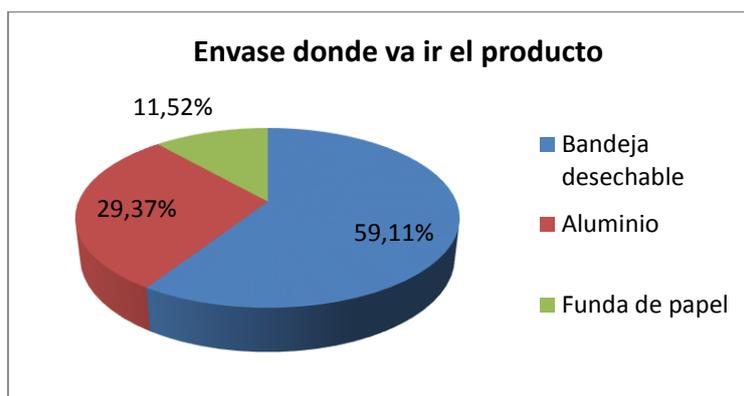
¿Cómo le gustaría que sea el envase donde se entregue el producto?

Cuadro 15**Envase de lunch donde va a ir el producto**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Bandeja desechable	159	59,11
Aluminio	79	29,37
Funda de papel	31	11,52
TOTAL	269	100,00

Fuente : Encuesta a los padres de familia

Elaboración: La autora

GRAFICO 15**Análisis e interpretación:**

El 11,52% les gustaría que el envase sea en funda de papel, el 29,37% aluminio, mientras que el 59,11% en bandeja desechable. Según las respuestas de los encuestados les gustaría que se les entregue en bandeja desechable el lunch para sus niños.

PREGUNTA N°16

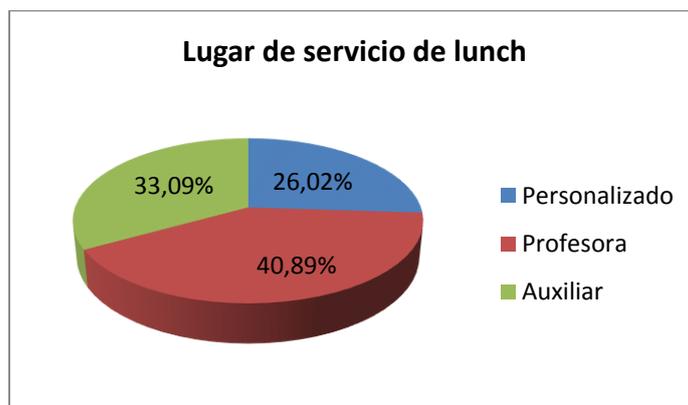
¿Cómo le gustaría que sea el envase donde se entregue el producto al niño?

Cuadro 16
Lugar de entrega del lunch

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Personalizado	70	26,02
Profesora	110	40,89
Auxiliar	89	33,09
TOTAL	269	100,00

Fuente : Encuesta a los padres de familia

Elaboración: La autora

GRAFICA 16**Análisis e interpretación:**

El 26,02% les gustaría que el lunch para sus niños sea personalizado, el 40,89% sea por medio de la profesora y mientras que el 33,09% con la auxiliar. De acuerdo a los resultados 109 personas prefieren que se les dé el lunch por medio de la profesora.

ENCUESTA APLICADA A LOS OFERENTES.

1. En su bar vende lunch

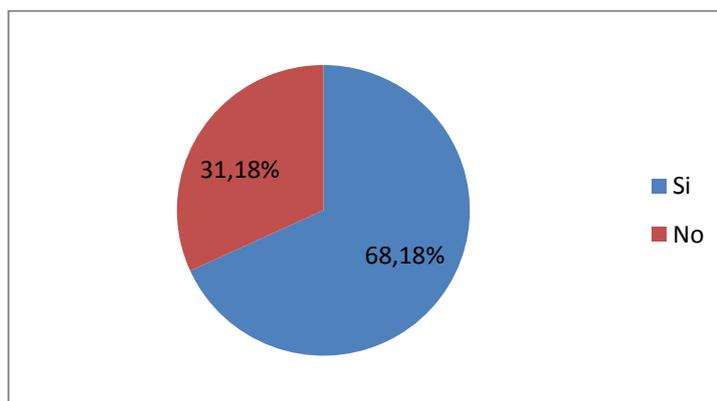
Cuadro 17
En su bar vende lunch

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	15	68,18
No	7	31,82
Total	22	100

Fuente: Encuesta a los oferentes

Elaboración: La autora

Grafica 17



Análisis e interpretación:

De los entrevistados el 68.18% dijeron que si vende lunch y el 31,82% dijo que no venden lunch dentro de su bar. Según los entrevistados la mayoría de los bares de las escuelas particulares de la ciudad de Loja si venden lunch.

2. Qué tipo de lunch vende

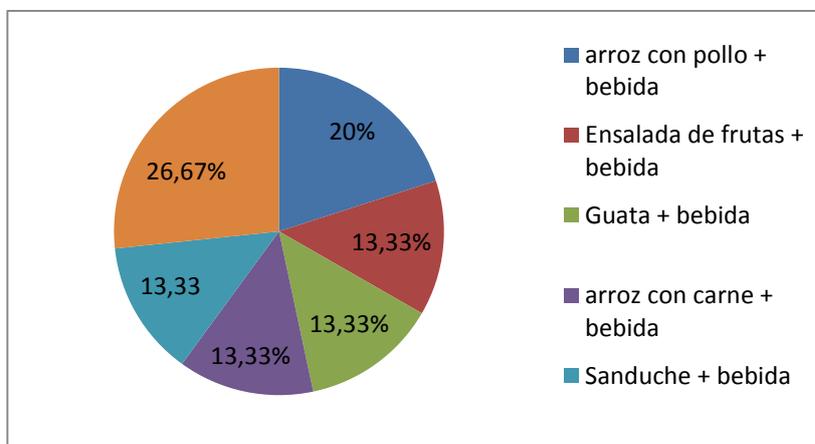
GRAFICO 18
Qué tipo de lunch vende

Variable	Frecuencia	Porcentaje
arroz con pollo + bebida	3	20,00
Ensalada de frutas + bebida	2	13,33
Guata + bebida	2	13,33
arroz con carne + bebida	2	13,33
Sanduche + bebida	2	13,33
Hamburguesas, + bebida	4	26,67
Total	15	100

Fuente: Encuesta a los oferentes

Elaboración: La autora

GRAFICA 18



Interpretación y análisis:

De los entrevistados el 20,00% venden arroz con pollo, 13,33% ensalada de frutas, 13,33% arroz con carne, 26,67% hamburguesas, 13,33% sandwiches, 13,33% guata. Según las respuestas obtenidas, el lunch más vendido es arroz con pollo, seguido de las hamburguesas.

3.¿Cuántos lunch vende usted diariamente?

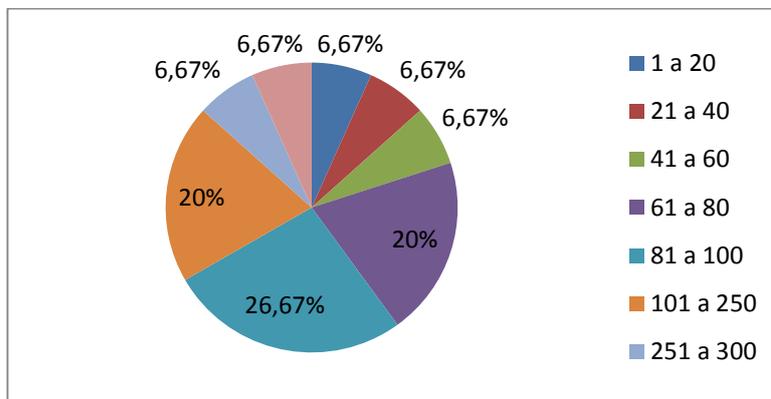
CUADRO 19
Cuántos lunch vende usted diariamente

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1 a 20	1	6,67
21 a 40	1	6,67
41 a 60	1	6,67
61 a 80	3	20,00
81 a 100	4	26,67
101 a 250	3	20,00
251 a 300	1	6,67
Mas	1	6,67
Total	15	100,00

Fuente: Encuesta a los oferentes

Elaboración: La autora

Grafico N° 19



Análisis e interpretación:

El 26,67% vende de 81 – 100 lunch, con el 6,67% vende de 1 – 20, 13.64% vende de 61 – 80, 20,00% vende de 101 – 250, 20,00% vende de 251 – 300, 6,67% vende de 21 – 40, 6,67% vende de 41 – 60, 6,67% vende más. De acuerdo a los resultados obtenidos, el bar vende de 81 a 100 lunch diariamente.

4. Qué precio promedio vende usted dentro de su bar

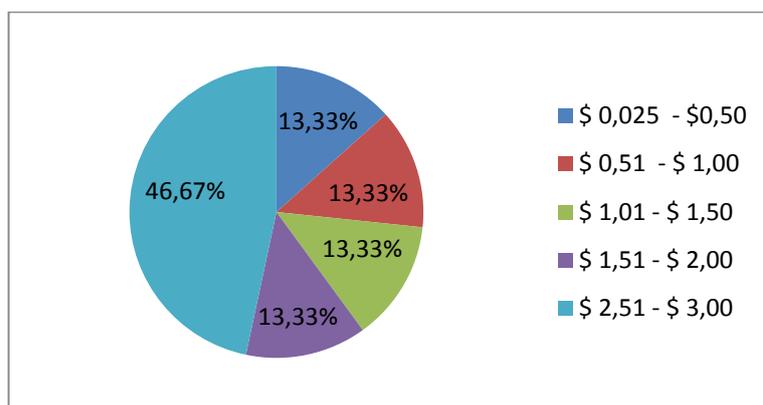
CUADRO 20
Qué precio promedio vende usted dentro de su bar

Variable	Frecuencia	Porcentaje
\$ 0,025 - \$0,50	2	13,33
\$ 0,51 - \$ 1,00	2	13,33
\$ 1,01 - \$ 1,50	2	13,33
\$ 1,51 - \$ 2,00	2	13,33
\$ 2,51 - \$ 3,00	7	46,67
Total	15	100,00

Fuente: Encuesta a los oferentes

Elaboración: La autora

GRAFICA 20



Análisis en interpretación:

De los entrevistados de 0,025 – 0,50 el 13,33%; de 0,51 – 1,00 el 13,33%; de 1,01 – 1,50 el 13,33%; de 1,51 – 2,00 el 13,33%; de 2,51 – 3,00 el 46,67%.

Según los entrevistados el valor del lunch está entre \$ 2,51 – 3,00.

g. DISCUSION

1. ESTUDIO DE MERCADO.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

Dentro de un proyecto de inversión, lo más importante constituye el análisis y proyección de la demanda. De ahí se desprende que su estudio sea de vital importancia para justificar una posible inversión ya que la misma está muy interrelacionada con el objetivo básico del proyecto, con la determinación de su tamaño y el de producción.

Conocer la demanda, es saber cuáles son las características, las necesidades, los comportamientos, los deseos y las actitudes de los clientes, siempre puede resultar una cuestión de alto interés para facilitar la planificación y la gestión en un sector tan novedoso.

Este estudio permite conocer claramente cuál es la situación de la demanda del producto, se analiza el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función de la cual estará el proyecto.

Demanda Potencial

Para establecer la demanda Potencial se tomó el total de los alumnos de las escuelas particulares de la ciudad de Loja para el año 2013 que es de 1200 niños información obtenida en la Dirección de Educación de Loja.

Cuadro 21
DEMANDA POTENCIAL

AÑOS	PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN 2.80%	PROYECCIÓN DEMANDA POTENCIAL 100%
1	1200	1200
2	1225	1225
3	1250	1250
4	1276	1276
5	1303	1303

Fuente: Cuadro N° 1
Elaboración: La autora

Demanda Real

La demanda real corresponde al número de niños que consumen en el bar de la escuela, para determinar este valor, primero definimos la demanda real de los niños que consumen en el bar de la escuela, para efectuar el cálculo tomamos como base la demanda potencial (cuadro 21) y el resultado de las encuestas específicamente el cuadro 4.

Cuadro 22
DEMANDA REAL

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	% ADQUIEREN SERVICIO	DEMANDA REAL
1	1200	89,67%	1076
2	1225	89,67%	1098
3	1250	89,67%	1121
4	1276	89,67%	1145
5	1303	89,67%	1168

Fuente: Cuadro N° 4 y Cuadro N° 21
Elaboración: La autora

Luego se procede a determinar el promedio de consumo de alimentos en el bar de la escuela anualmente por los niños tomando información del cuadro 9.

Cuadro 23
PROMEDIO DE COMPRA

VARIABLE	FRECUENCIA	PROMEDIO DIARIO	PROMEDIO
0 - 1	38	0,50	19
2 - 3	230	2,50	575
4 - 5	1	4,50	5
TOTAL	269	8,00	599

Fuente: Cuadro N° 9

Elaboración: La autora

$$\text{PROM.DIA} = \Sigma \text{PROM.}/N$$

$$\text{PROM.DIA} = 599 / 269$$

$$\text{PROM.DIA} = 2.22$$

$$\text{PROM.MES} = \text{PROM. DIA} \times 5 \times 4$$

$$\text{PROM.MES} = 2.22 \times 5 \times 4$$

$$\text{PROM.MES} = 44,40$$

$$\text{PROM. AÑO} = \text{PROM. MES} \times 12$$

$$\text{PROM. AÑO} = 44,40 \times 12$$

$$\text{PROM. AÑO} = 532,80$$

Finalmente se calcula la demanda en unidades multiplicando el promedio anual de compra por el número de demandantes reales, tomando la información de los cuadros N° 4 y N° 9 (demanda real y promedio de compra)

Cuadro 24
DEMANDA REAL

AÑOS	DEMANDA REAL	PROMEDIO ANUAL	DEMANDA REAL ANUAL EN UNIDADES
1	1076	532,80	573.292,80
2	1098	532,80	585.014,40
3	1121	532,80	597.268,80
4	1145	532,80	610.056,00
5	1168	532,80	622.310,40

Fuente: Cuadro N° 22 y Cuadro N° 23

Elaboración: La autora

Demanda Efectiva

La demanda efectiva es el número de lunch demandantes de la población a la empresa que se está proponiendo crear, para obtener este valor tomamos como base la demanda real en unidades y los resultados del cuadro N° 8 y efectuamos el calculo

Cuadro 25
DEMANDA EFECTIVA

AÑOS	DEMANDA REAL ANUAL EN UNIDADES	% COMPRAN	DEMANDA EFECTIVA EN UNIDADES ANUALES
1	573292,80	100	573292,80
2	585014,40	100	585014,40
3	597268,80	100	597268,80
4	610056,00	100	610056,00
5	622310,40	100	622310,40

Fuente: Cuadro N° 24

Elaboración: La autora

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Se toma como referencia el total de bares encuestados que son 22, quienes expenden alimentos para el consumo de los niños de las escuelas particulares; así mismo se toma la tasa de crecimiento de los bares de las escuelas particulares de la ciudad de Loja que es el 2% información obtenida por el INEC y finalmente se efectúa el cálculo con la ayuda de la información obtenida de la tabulación de las encuestas, específicamente del cuadro Nro. 1.

Cuadro 27

OFERTA

AÑOS	OFERTA (2%)	% BARES QUE VENDEN LUNCH	OFERENTES
1	22	68,18	15
2	22	68,18	15
3	23	68,18	16
4	23	68,18	16
5	24	68,18	16

En segundo lugar se procede a determinar el promedio de lunch diarios vendidos por los oferentes tomando la información del cuadro Nro. 27.....

Cuadro 28
PROMEDIO DE VENTA

VARIABLE	FRECUENCIA	PROMEDIO DIA	PROMEDIO
1 - 20	3	10,5	31,50
21 - 40	2	30,5	61,00
41 - 60	2	50,5	101,00
61 - 80	4	70,5	282,00
81 - 100	5	90,5	452,50
101 - 250	3	175,5	526,50
251 - 300	3	275,5	826,50
TOTAL	22	703,5	2281,00

Elaboración: La autora

$$\text{PROM.DIA} = \Sigma \text{PROM.}/N$$

$$\text{PROM.MES} = \text{PROM.DIA} \times 5 \times 4$$

$$\text{PROM.DIA} = 2281 / 22$$

$$\text{PROM.MES} = 103.68 \times 5 \times 4$$

$$\text{PROM.DIA} = 103.68$$

$$\text{PROM.MES} = 2073,60$$

$$\text{PROM. AÑO} = \text{PROM. MES} \times 12$$

$$\text{PROM. AÑO} = 2.073,60 \times 12$$

$$\text{PROM. AÑO} = 24.883,20$$

Finalmente se calcula la oferta en unidades multiplicando el promedio anual de venta por el número de oferentes.

CUADRO 29
OFERTA EN UNIDADES

AÑOS	OFERENTES	PROMEDIO ANUAL	OFERTA EN UNIDADES ANUALES
1	15	24883,20	373248,00
2	15	24883,20	373248,00
3	16	24883,20	398131,20
4	16	24883,20	398131,20
5	16	24883,20	398131,20

Elaboración: La autora

BALANCE OFERTA – DEMANDA

DEMANDA INSATISFECHA

Para establecer la demanda insatisfecha se realizó la sustracción entre la demanda efectiva de lunch para las escuelas particulares y la oferta anual en unidades existente en la ciudad de Loja. A continuación se presenta los valores de demanda insatisfecha para los 5 años de vida útil del proyecto.

Cuadro 30
DEMANDA INSATISFECHA

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA ANUAL EN UNIDADES	DEMANDA INSATISFECHA
1	573292,80	373248,00	200045
2	585014,40	373248,00	211766
3	597268,80	398131,20	199138
4	610056,00	398131,20	211925
5	622310,40	398131,20	224179

Fuente: cuadro N° 25 y 29

Elaboración: La autora

Como se puede observar para el año 0 la demanda insatisfecha de lunch es de 200045 para todas las escuelas particulares de la ciudad de Loja, y para el último año es de 237499.

PLAN DE COMERCIALIZACION

La comercialización como su nombre lo indica, es un intercambio de bienes y servicios con el fin de satisfacer las necesidades fundamentales del consumidor.

Incluye la investigación de mercados que nos permitió descubrir los gustos y preferencias de los consumidores y así poder determinar las necesidades, analizar los procedimientos que permitan hacer llegar el producto al consumidor final. Para la comercialización de nuestro producto “Lunch” se tomará en cuenta los elementos del mercado que son: Producto, Precio, Plaza y Promoción.

PRODUCTO



Se combina un conjunto de características, en forma identificable para que el comprador lo acepte como algo que le sirve para satisfacer sus necesidades o deseos.

La empresa elaborara Lunch para niños el cual estará dirigido a todos los niños de las escuelas particulares de la ciudad de Loja, para su elaboración se necesitará diversos ingredientes; este producto a más de ser alimenticio les brinda una alimentación adecuada para un desarrollo en sus actividades, con una dieta sana, nutritiva y de calidad.

Para esto se ha determinado un menú semanal de lunes a viernes para determinar los costos de los mismos, los mismos que se describen en el anexo N° 3

Objetivos del Producto

- Posicionar en el mercado a través de un producto innovador y de excelente calidad.
- Crear lealtad del consumidor hacia nuestro producto.

Estrategia del producto

- **Marca:** El nombre Comercial de la empresa, la cual serán característico del producto que se ofrecerá a nuestros clientes con una identidad propia será:
- **Etiqueta:** Se utilizará una etiqueta que estará ubicada en la parte frontal del envase, en la cual se registrara nombre de la empresa, nombre del producto, logotipo, ingredientes, contenido en gramos, precio de venta, lugar y dirección de producción, teléfono y fecha de consumo.



Slogan: El slogan es la frase clave con la cual la empresa reflejará su filosofía ya su vez le permitirá recordar comúnmente a los consumidores. Nuestro slogan es el siguiente:

“COMO RICO Y NUTRITIVO”

PRECIO

El análisis del precio es prioritario en la comercialización, ya que de él depende la rentabilidad del proyecto y definirá el nivel de ingresos. La fijación del precio del producto, se lo hará de acuerdo al costo de fabricación y comercialización en el mercado.

Sin dejar de lado un dato muy importante que se lo pudo obtener mediante las encuestas como es el precio preferido del consumidor que fue para el lunch de \$2,50, así como la posible competencia que en este caso representa la oferta.

El objetivo de la misma será lograr la supervivencia y maximización de las utilidades con el liderazgo de la calidad del producto.

PLAZA

La empresa para optimizar su distribución debe buscar los canales más propicios y eficientes para que el flujo de producto sea mayor, la empresa utilizara como principal canal de distribución la intermediación para vender el servicio de lunch en la ciudad de Loja, se utilizará el canal productor consumidor final, es decir se realizara la venta directa.



PRODUCTOR → **CONSUMIDOR FINAL**

PUBLICIDAD Y PROMOCION

Para difundir el producto de la empresa se utilizara la publicidad la cual ayuda a informar, persuadir y recordar al mercado sobre la imagen de la organización y sus productos, está se la empleará para dar a radio, televisión u hojas volantes conocer las ventajas alimenticias y el valor agregado que ofrece el productor al consumidor, el mismo se lo realizara utilizando medios de comunicación como es la, ya que en la investigación de campo, se comprobó que estos medios son preferidos por los encuestados. Se considera que la empresa en creación debe realizar una campaña de publicidad y promoción bajo los siguientes parámetros.

2. ESTUDIO TECNICO

En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o proceso que desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcionales. De ahí la importancia de analizar el tamaño óptimo de la planta el cual debe justificarse la producción y el número de consumidores que se tendrá para no arriesgar a la empresa en creación de una estructura que no esté soportada por la demanda. Finalmente con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se elabora un análisis de la inversión para posteriormente conocer la viabilidad económica del mismo.

TAMAÑO Y LOCALIZACION

TAMAÑO

En este elemento del estudio técnico se cuantifica la capacidad de producción y todos los requerimientos que sean necesarios para el desarrollo del bien por ello se debe tomar en cuenta la demanda y de esta manera determinar la proporción necesaria para satisfacer a esa demanda. Para el presente proyecto se determinara la capacidad utilizada y la capacidad instalada

CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad instalada es el nivel de producción máxima al que podría llegar la empresa utilizando el 100% de la capacidad de cada uno de los factores que

comprende el proceso productivo, considerando además el tiempo laboral utilizado en las jornadas de trabajo.

El factor principal para la producción del producto es el componente humano por lo cual se considera que la persona se debe trabajar solo las 8 horas estipulada por la Ley.

La capacidad máxima con la que puede trabajar la empresa son de 269 lunch diarios (8 horas). Si la empresa trabajara los 365 días del año se obtendría:

$269 \text{ L/d} * 365 \text{ d/a} = 98185 \text{ lunch en el año.}$

Cuadro N° 31
Capacidad Instalada

LUNCH DIARIOS	DIAS DEL AÑO	TOTAL AÑO
269	365	98185

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Participación en el Mercado:

La capacidad instalada de la empresa es de 98185 lunch anuales; que al comparar con la demanda insatisfecha (200045 lunch al año) se cubre la demanda del 49.08% de la misma para el primer año.

Cuadro 32
% Participación en el Mercado

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	%	CAPACIDAD INSTALADA
1	200045	49.08	98185
2	211766	46.36	98185
3	199138	49.30	98185
4	211925	46.33	98185
5	224179	43.80	98185

Fuente: Cuadro N° 30 y 31

Elaboración: La autora

CAPACIDAD UTILIZADA

Para determinar la demanda utilizada se consideró que la empresa trabajar las 8 hora diarias laborables, de lunes a viernes (5 días a la semana) y los 40 días laborables en las escuelas, se procedio al siguiente calculo:

- 5 días X 40 semanas laborables = 200 días laborables al año x 269 lunch = 53.800 lunch al año , esta sería el 100%

Cuadro 33
CAPACIDAD UTILIZADA

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	% CAPACIDAD UTILIZADA	TOTAL A PRODUCIR LUNCH
1	98185	54.79%	53800
2	98185	54.79%	53800
3	98185	54.79%	53800
4	98185	54.79%	53800
5	98185	54.79%	53800

Fuente: Cuadro N° 32

Elaboración: La autora

LOCALIZACION DE LA EMPRESA

El primer punto a analizar será precisamente el que se refiere a la localización más adecuada para la instalación de la empresa.

El estudio y análisis de la localización de los proyectos puede ser muy útil para determinar el éxito o fracaso de un negocio, ya que la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto no solo considera criterios económicos, sino también criterios estratégicos, institucionales, técnicos, sociales, entre otros. Por lo tanto el objetivo más importante, independientemente de la ubicación misma, es el de elegir aquel que conduzca a la maximización de la rentabilidad del proyecto entre las alternativas que se consideren factibles.

De tal modo que para la determinación de la mejor ubicación del proyecto, el estudio de localización se ha subdividido en dos partes: Macro localización y Micro localización.

MACRO LOCALIZACION

La macro localización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto. En este caso la empresa a instalarse estará ubicada en el país de Ecuador, provincia de Loja, ciudad de Loja, debido a que cuenta con la infraestructura necesaria para respaldar la instalación de dicha empresa, en consecuencia y siguiendo las Ordenanzas Municipales, la empresa estará situada en nuestra ciudad.



MICRO LOCALIZACION

El análisis de micro localización indica cual es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida. Para detectar el lugar específico donde se ubicará la empresa se ha desarrollado la siguiente matriz.

Esta empresa a instalarse estará ubicada en la parte céntrica de la ciudad, específicamente en la catedral , en el edificio colibrí en el segundo piso por ser un lugar que cumple con todos los requerimientos necesarios para su implementación, tales como vías de comunicación, cercanía a los proveedores, servicios básicos, facilidad de transporte, infraestructura física, etc.

IDEA DE NEGOCIO/ PROYECTO: PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE LUNCH PARA LOS NIÑOS DE LAS ESCUELAS PARTICULARES DE LA CIUDAD DE LOJA

PARROQUIA/CANTON /CIUDAD: CENTRO DE LA CIUDAD JAZMINES Y CRISANTEMOS URB.

LOS GERANIOS

MICROLOCALIZACION:

A	Centro de la ciudad de Loja						
B							
C	Loja						
ELEMENTO	P	A	P	B	P	C	P
1)Accesos a mercados	30	9	27,00	9	27,00	9	27,00
2) Acceso a materia prima	20	1	20,00	1	20,00	8	16,00
3) Disponibilidad de:							
a) M.O. califica	6	1	6,00	1	6,00	10	6,00
b) M. O No califica	6	1	6,00	1	6,00	10	6,00
4) Costos de M. de Obra:							
a) Califica	2	8	1,60	8	1,60	8	1,60
b) No Calificada	2	10	2,00	1	2,00	10	2,00
5) Transporte:							
a) Disponibilidad	3	10	3,00	9	2,70	8	2,10
b)Costos	2	10	3,00	9	2,70	7	2,00
6)Agua	2	10	2,00	9	2,00	10	2,00
7)Energía Eléctrica	2	10	2,00	10	2,00	10	2,00
8)Combustible	2	10	2,00	10	2,00	10	2,00
9)Apoyos Legales	1	10	1,00	10	1,00	10	1,00
10)Drenaje	2	10	2,00	10	2,00	10	2,00
11) Ser. Médicos	2	10	2,00	10	2,00	10	2,00
12) Ser. De Seguridad	1	10	1,00	10	1,00	10	1,00
13)Educación	1	10	1,00	10	1,00	10	1,00
14)Clima	1	10	1,00	10	1,00	10	0,80
15)Terreno							
a)Extensión	2	10	3,00	10	2,70	10	2,10
b)Costo	3	10	3,00	10	3,00	10	1,50
16)Actitud de la Comunidad	6	10	7,00	10	7,00	10	4,90
17)Restricciones Ambientales	1	10	1,00	10	1,00	10	0,80
18)Otros							
SUMA	97		96,60		95,70		85,80

INGENIERIA DEL PROYECTO

El objetivo del estudio del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. En esta parte del estudio se determina 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.

Descripción del proceso productivo.

Elaboración de lunch:

El proceso de producción para la elaboración de Lunch es el siguiente:

1. Adquisición de la materia prima



La cantidad de los productos que se necesitan para la producción de lunch son producidos en diferentes lugares de nuestro país. En razón de que se comercializa en grandes cantidades, ello es suficiente para los requerimientos del proyecto.

2. Preparación



Una vez adquirida la materia prima se procede a la elaboración del lunch con los diferentes productos dependiendo de lo que se prepare día a día.

3. Empaquetado

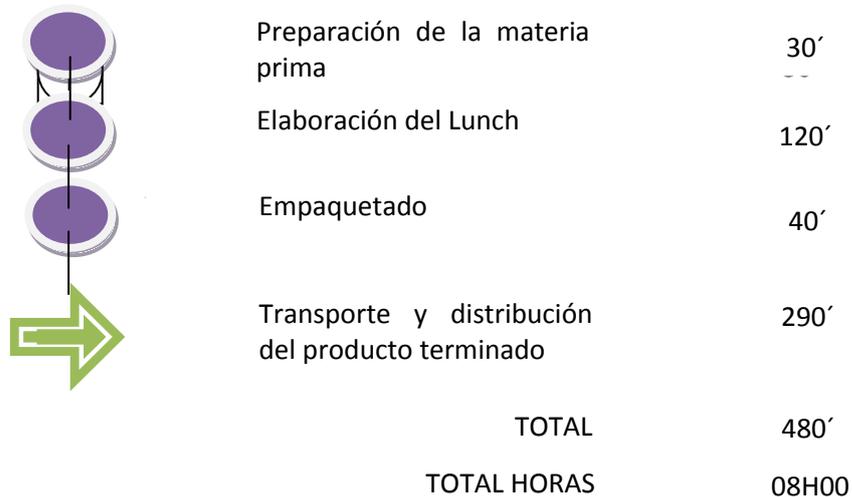


Posteriormente el producto ya elaborado pasa a ser empacado en forma individual

4. Transporte y distribución

El producto final es entregado a la profesora y distribuido a los alumnos de manera personal, quienes cancelaron por este servicio.

FLUJOGRAMA DE PROCESO PRODUCTIVO



Recursos:

- **Mano de obra**

La mano de obra constituye un importante recurso en la operación de un proyecto. Por tal motivo, es necesario identificar y cuantificar el tipo de personal que el proyecto requiere; así como determinar el costo en remuneraciones que ello implica.

Para la producción del Lunch se necesitara 3 personas para elaborar (1 Chef y 2 auxiliares), 1 persona para transportar el producto.

Maquinaria y herramientas.

Para la elaboración del lunch se necesita la siguiente maquinaria.

❖ Etiquetadora

Esta máquina coloca etiquetas verticalmente por intermitencia y por pasos, la velocidad de etiquetado y velocidad de precisión del rodillo es simultánea

❖ Cocina industrial.



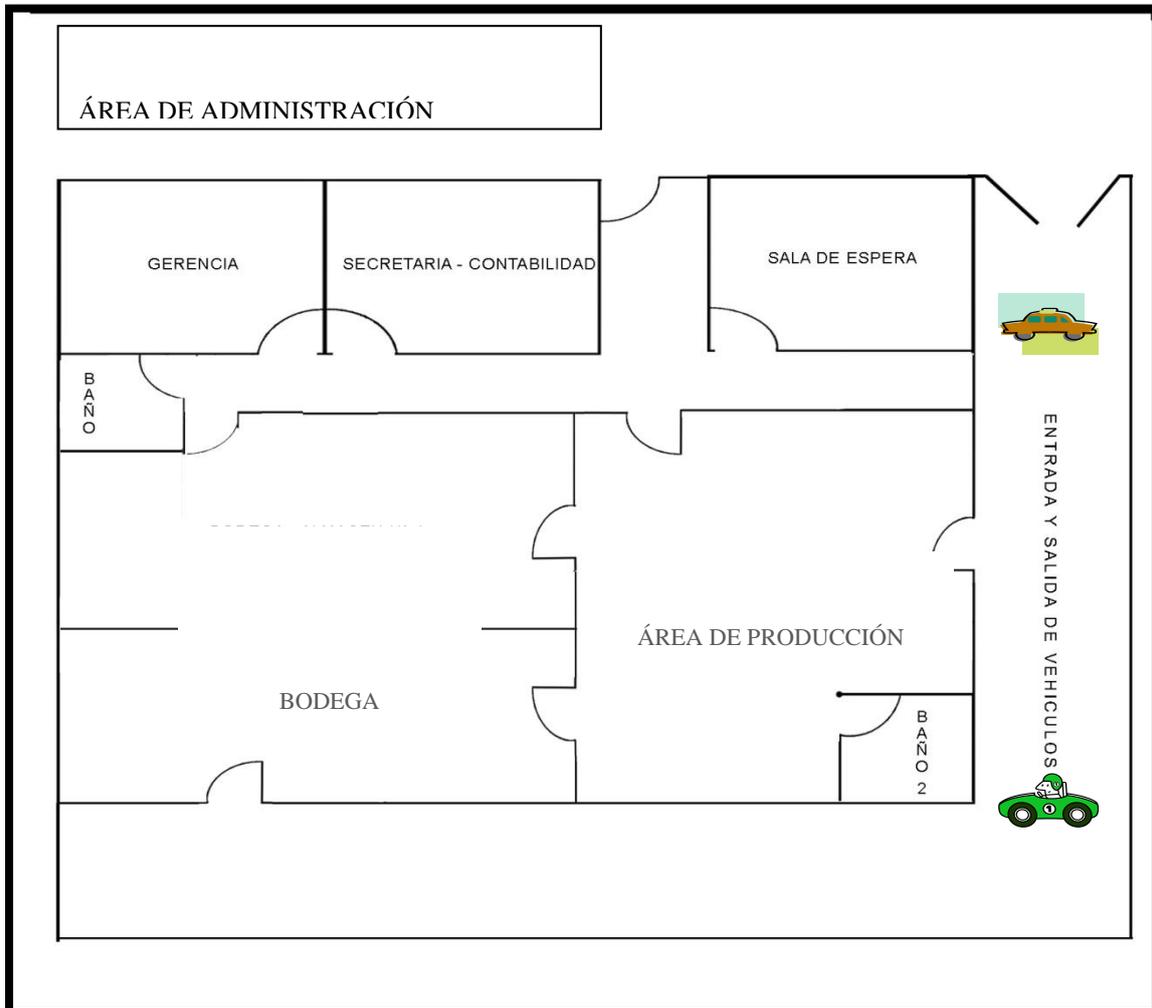
Esta permitirá cocer el producto a un nivel adecuado de fuego, para obtener un producto de calidad.

❖ Mesa industrial



La mesa servirá específicamente para empacar el lunch

DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LAS INSTALACIONES DE LA PLANTA



Elaboración: La Autora

3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

ORGANIZACIÓN

Una de las partes fundamentales para implementar un proyecto es la organización, pues para su funcionamiento debe constar con procesos legales y administrativos.

Organización Legal

Para la organización jurídica se ha previsto la implementación de una Compañía de Responsabilidad Limitada de conformidad con el Art 39 de la ley de compañías, que en su parte pertinente dice que la compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo su razón social o denominación objetiva, a lo que analizara, en todo caso, las palabras compañía limitada a su correspondiente abreviatura.

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

La razón social de la empresa será ANDREALUNCH CIA LTDA

Objetivo Social

La empresa como tal tendrá como su objeto social en la producción y comercialización de Lunch rico y nutritivo para los niños de las escuelas particulares de la ciudad de Loja.

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

Es necesario determinar un modelo de estructura administrativa que permita, a la nueva empresa, realizar funciones de la manera más eficiente.

Niveles Administrativos

Los niveles administrativos, cumplen con la función y responsabilidad a ellos originados por la ley, por necesidad o por costumbre, con la finalidad de lograr las metas y objetivos propuestos. La empresa para su normal funcionamiento contará con los siguientes niveles jerárquicos:

a) NIVEL EJECUTIVO

Planea, orienta y dirige la vida administrativa e interpretar planes programas y más directivas técnicas y administrativas de alto nivel y los trámites a los órganos operativos y auxiliares para su ejecución. Tiene el segundo grado de autoridad y es responsable del cumplimiento de las actividades encomendadas a la unidad bajo su mando puede delegar autoridad más o no responsabilidad. El nivel ejecutivo o directivo es unipersonal, cuando exista un presidente o gerente.

b) NIVEL ASESOR

Este nivel no tiene autoridad de mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable, industrial y más áreas que tenga que ver con la empresa. Está conformada por expertos que tienen amplio dominio de determinada técnica.

c) NIVEL AUXILIAR O DE APOYO

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

d) NIVEL OPERATIVO

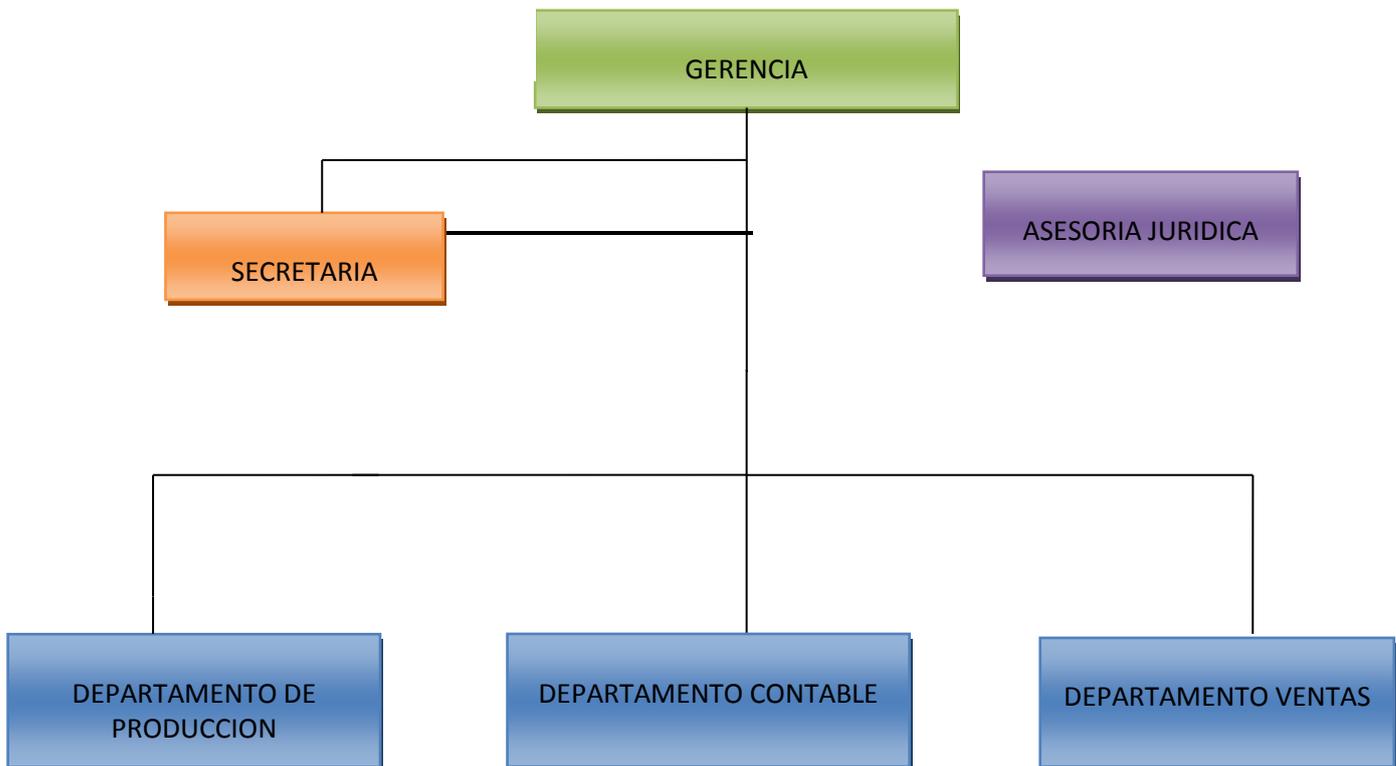
El nivel operativo es responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de una empresa. Es quien ejecuta materialmente las órdenes emanadas por los dueños de la empresa, en este caso.

Organigramas

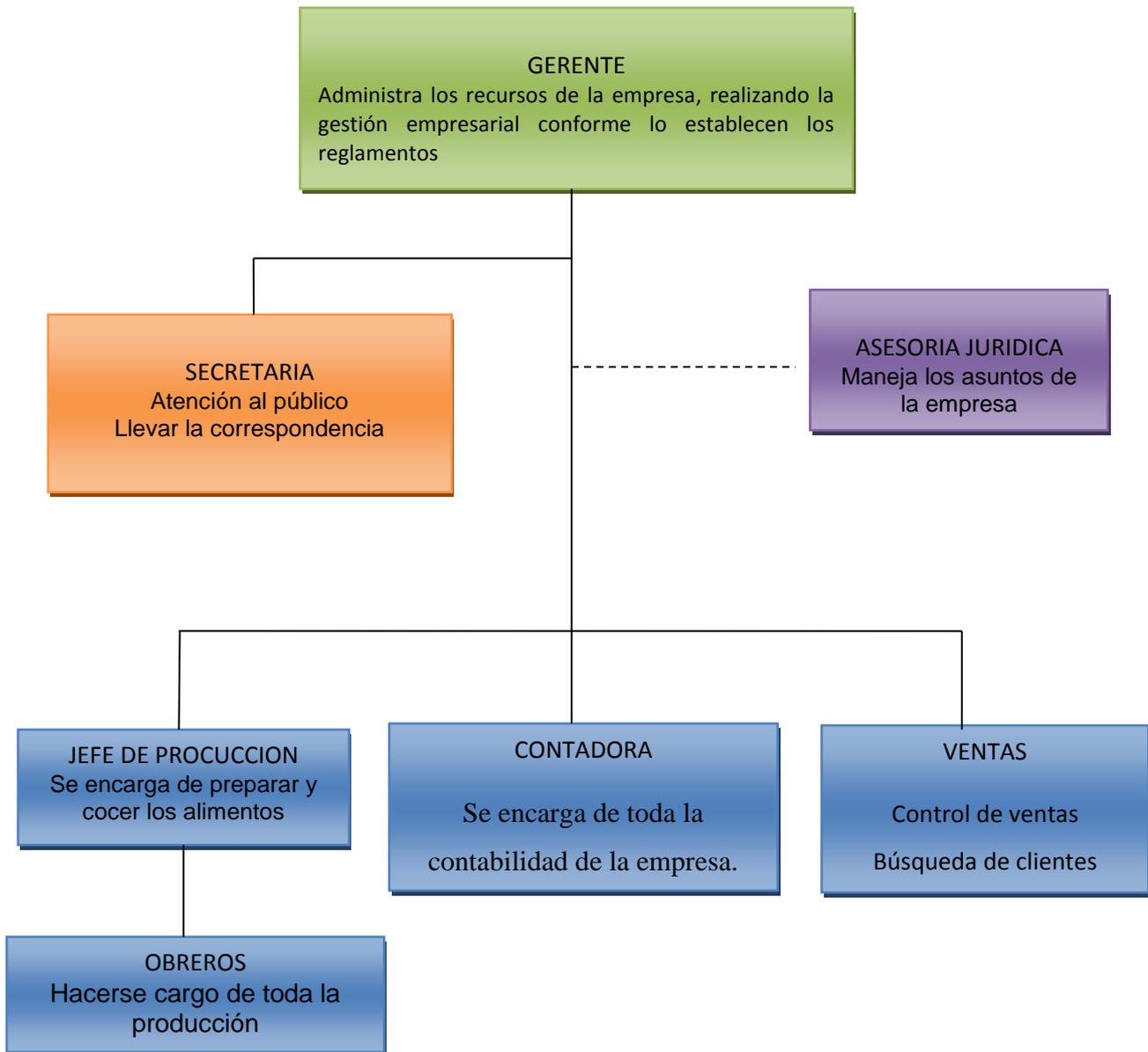
“los organigramas son la representación gráfica de la estructura de una empresa, con sus servicios, órganos y puestos de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad”

ORGANIGRAMAS

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL ANDREA LUNCH Cía. Ltda.

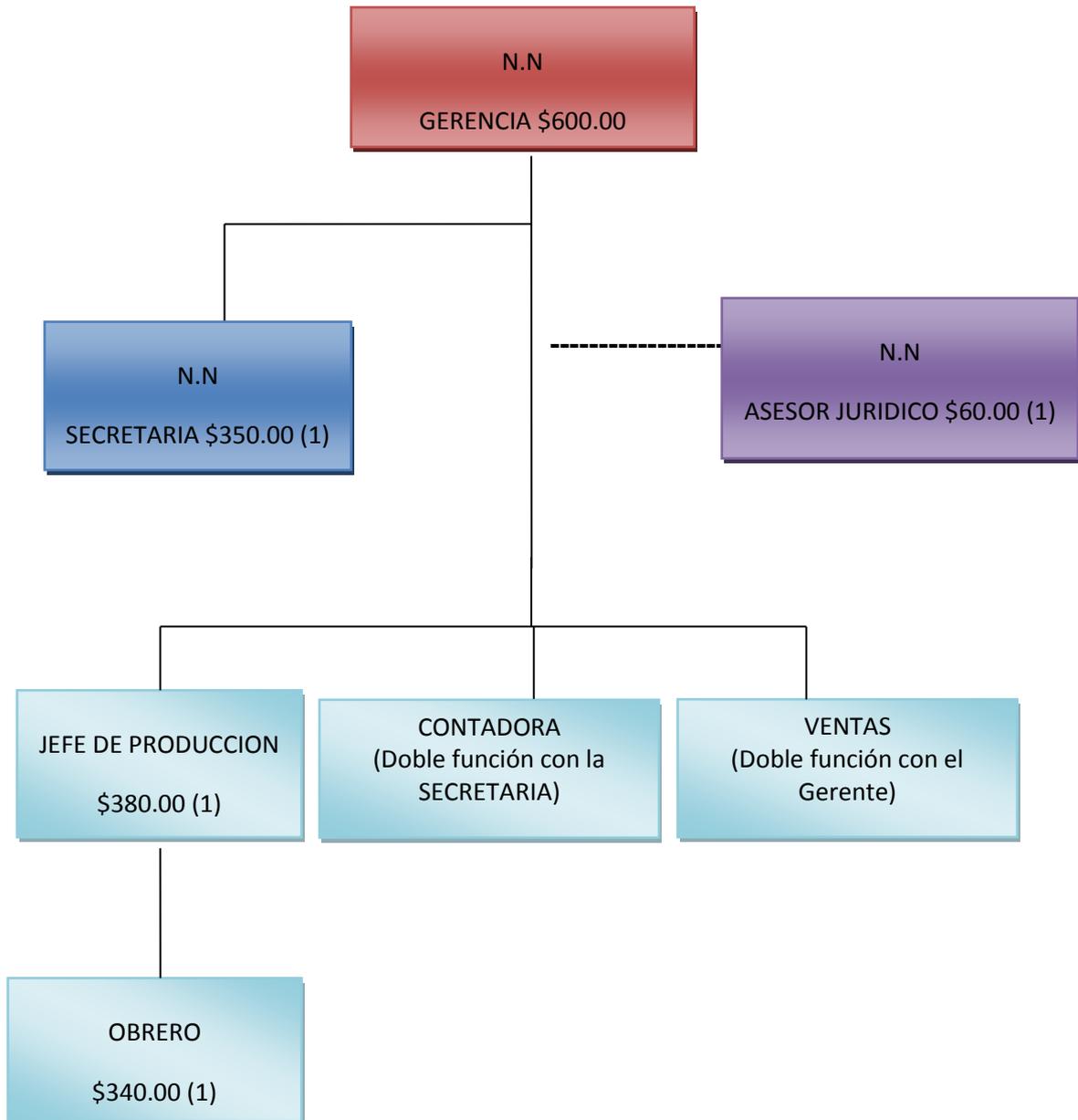


Elaboración: La Autora

ORGANIGRAMA FUNCIONAL ANDREA LUNCH Cía. Ltda.

Elaboración: La Autora

Organigrama Posicional “ANDREA LUCH Cía. Ltda.



Elaboración: La autora

MANUAL DE FUNCIONES



CODIGO: 01

TITULO DEL PUESTO: GERENTE.

NATURALEZA DEL TRABAJO.

- Planificar, organizar, dirigir, y controlar las actividades de la empresa.
- Verificar el cumplimiento de los objetivos propuestos
- Seleccionar y contratar personal idóneo cuando la empresa lo requiera.

FUNCIONES:

- Representar legalmente a la empresa
- Cumplir y hacer cumplir las disposiciones emanadas por la Junta General de Socios.
- Informar a la Junta General de Socios sobre la gestión empresarial.
- Elaborar programas de producción y aplicarlos eficientemente.
- Diseñar y ejecutar programas de mercadotecnia.
- Ejercer la representación legal de la empresa.
- Definir la situación laboral con el personal de la empresa.
- Seleccionar personal idóneo al momento de contratar.
- Desarrollar un buen ambiente de trabajo que motive positivamente al personal

CARACTERISTICAS DE CLASE:

- Tiene que ser una persona con principios y ética que no revele información importante acerca de la empresa.
- Debe tener conocimientos, actitudes y aptitudes propias de un buen empresario
- Tener capacidad para tomar decisiones en situaciones complicadas.

REQUISITOS:

EDUCACION: Ingeniero Comercial.

EXPERIENCIA: De 2 a 3 años en trabajos administrativos y de mercado



CODIGO: 02

TITULO DEL PUESTO: ASESOR JURIDICO

NATURALEZA DEL TRABAJO.

Responsable de la toma de decisiones jurídicas; defensoría legal de la compañía y asesoramiento legal.

FUNCIONES:

- Participar en los comités de adquisiciones de la empresa
- Estudiar e informar expedientes de carácter técnico legal
- Efectuar el seguimiento de las acciones judiciales que se transmiten en los juzgados cautelando de que las notificaciones judiciales sean receptadas oportunamente.
- Asesorar al Gerente General en aspectos de su especialidad.
- Formular y/o revisar anteproyectos de dispositivos legales, directivas y otros documentos, concordándolos con la normativa vigente.
- Otras que le sean asignadas por el Gerente General

CARACTERISTICAS DE CLASE:

- Resuelve problemas de su trabajo
- Responder por su trabajo

REQUISITOS:

EDUCACION: Título profesional universitario de Abogado

EXPERIENCIA: Mínimo 2 años

CODIGO: 03

TITULO DEL PUESTO: SECRETARIA

NATURALEZA DEL TRABAJO.



Organizar y mantener el sistema de contabilidad en la empresa

FUNCIONES:

- Atender a los clientes y las llamadas telefónicas
- Presentar informes de la contabilidad al Gerente de la empresa, cada vez que este lo requiere.
- Realizar un debido manejo de los libros contables
- Elaborar actas, contratos, redactar oficios, circulares, enviar y recibir todo tipo de correspondencia para la empresa.
- Ejecutar los estados financieros correspondientes al periodo
- Elaborar los roles de pago del personal.
- Realizar los pagos al personal que labora en la empresa y/ o proveedores y hacer firmar rol de pagos al personal.
- Archivar de manera eficaz la documentación, para en caso de ser requeridos se encuentren al instante.

CARACTERISTICAS DE CLASE:

- Poseer iniciativa para resolver problemas de su trabajo, solucionando con profesionalismo.
- Responder por el cumplimiento de su trabajo

REQUISITOS:

EDUCACION: Título universitario de contador Público Autorizado

EXPERIENCIA: Mínimo un año.

CODIGO: 04

TITULO DEL PUESTO: Contadora

NATURALEZA DEL TRABAJO.



Ejecutar las operaciones contables de la empresa y realizar el análisis financiero.

FUNCIONES:

- Preparar los estados financieros de la empresa.
- Actualizar los sistemas contables de la empresa.
- Organizar adecuadamente los registros contables.
- Elaborar los roles de pago de todo el personal.
- Mantener correctamente el manejo de los libros contables.
- Determinar el control previo sobre los gastos.

CARACTERISTICAS DE CLASE:

Responsabilidad técnica y económica en el manejo de las operaciones contables.

REQUISITOS:

EDUCACION: Título de Contadora

EXPERIENCIA: Un año de experiencia.

ADICIONALES: Excelente calidad humana.

CODIGO: 05

TITULO DEL PUESTO: OBRERO.

NATURALEZA DEL TRABAJO.

Hacerse cargo de todo lo referente a los procesos productivos, para lograr la eficiencia y un producto de calidad.

FUNCIONES:

- Conocer cómo manejar adecuadamente la maquinaria.
- Conocer el proceso el proceso de producción.
- Realizar correctamente la producción para obtener un producto de calidad.
- Es el responsable del buen desarrollo de la planta y la eficiencia y eficacia de los procesos productivos e innovaciones.
- El obrero tiene la función de ver que su trabajo salga cuando menos con los estándares señalados por la gerencia.
- Es la persona que se encarga de los productos y maquinaria más adecuados para desarrollar sus funciones.
- Receptividad ante las instrucciones recibidas.
- Asear el área de la cocina.

CARACTERISTICAS DE CLASE:

Debe ser una persona íntegra en su trabajo, cumplir con el

4. ESTUDIO FINANCIERO

Para la realización del estudio financiero de la empresa se tomó en cuenta un sinnúmero de activos tanto fijos, variables y diferidos que se van a utilizar para la implementación de mi empresa. Por medio del estudio financiero he determinado la evaluación financiera.

Inversiones

La inversión se debe efectuar la puesta en marcha del proyecto y para que la empresa realice sus operaciones se clasifica en tres rubros:

- ACTIVOS FIJOS

Son las inversiones que se realizan en comprar bienes tangibles, se utilizan para garantizar la operación del proyecto a continuación se describen los siguientes Activos Fijos:

Maquinaria y Equipo: Son aquellos instrumentos que van a permitir realizar un producto de buena calidad y tener un proceso productivo eficiente y eficaz.

**Cuadro N° 34
Maquinaria y Equipo**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Cocina Industrial	1	280.00	280.00
Horno	1	125.00	125.00
Mesa de trabajo	1	98.00	98.00
Refrigeradora	1	450.00	450.00
Total			953.00

Fuente: Almacenes de la Ciudad

Elaboración: La Autora

Utensilios de Cocina: Serán utilizadas para el proceso productivo de los platos a preparar y así brindar un buen producto.

Cuadro N° 35**Utensilios de Cocina**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Abre latas	1	4.40	4.40
colador	1	5.00	5.00
cucharon	1	10.00	10.00
Exprimidor de limón	1	3.00	3.00
Rallador	1	5.00	5.00
Juego de moldes	1	21.80	21.80
Juego de cuchillos	1	45.00	45.00
batidores	1	7.30	7.30
Juego de espátulas	1	29.10	29.10
Tablas de picar	1	5.00	5.00
Juego de ollas	1	135.00	135.00
Total			270.60

Fuente: Almacenes de la Ciudad

Elaboración: La Autora

Muebles y Enseres: En este rubro se incluyen los valores correspondientes al mobiliario que facilitara la comodidad y adecuación del área administrativa.

Cuadro N° 36**Muebles Y Enseres**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio	1	90	90.00
Archivadores	2	75	150.00
Sillón Tipo Gerente	1	67	67.00
Sillas Para Escritorio	1	30	30.00
Sillas Para Clientes	2	15	30.00
Total			367.00

Fuente: Almacén de la ciudad

Elaboración: La Autora

Equipo de Computo: Para las actividades administrativas y operativas de la empresa en el área administrativa.

Cuadro N° 37
Equipo de Computo

Concepto	Cantidad	Precio Unitario	Total
Computador Personal	1	550.00	550.00
Impresora Canon	1	95.00	95.00
Total			645.00

Fuente: Master PC

Elaboración: La Autora

Equipo de Oficina: Facilitan a realizar las actividades administrativas de la empresa, se ha planificado la compra de equipo de oficina.

Cuadro N° 38
Equipo de Oficina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Sumadora	1	87.00	87.00
Teléfono	1	45.00	45.00
Calculadora	1	32.00	32.00
Total			164.00

Fuente: Librerías de la ciudad

Elaboración: La Autora

Equipo de Seguridad y Limpieza: Ayudara a la protección de los colaboradores de la empresa y así mismo a mantener un lugar limpio y ordenado.

Cuadro N° 39
Equipo de Seguridad y Limpieza

Concepto	Cantidad	Precio Unitario	Total
Mandiles	2	14.00	28.00
Extinguidor	2	125.00	250.00
Mascarillas	2	8.50	17.00
Basureros	2	16.00	32.00
Recogedor	2	3.75	7.50
Escoba	3	3.00	9.00
Trapeador	2	4.00	8.00
Total			351.50

Fuente: Almacenes de la ciudad

Elaboración: La Autora

Vehículo: Sera utilizado para el transporte de la materia prima y para la entrega de los pedidos.

Cuadro N° 40
Vehículo

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Auto	1	8000.00	8000.00
Total			8000.00

Fuente: Concesionario de vehículos Chevrolet

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 41
RESUMEN DE DEPRECIACIONES

Descripción	Valor	% Depreciación	Valor Residual	Vida Útil	Depreciación Anual
Maquinaria y Equipo	953.00	10.00%	95.30	10	85.77
Muebles y Enseres	367.00	10.00%	36.70	10	33.03
Equipo de Oficina	164.00	33.33%	54.66	3	36.45
Utensilios de Cocina	270.60	10.00%	27.06	10	24.35
Equipo de Computación	645.00	20.00%	129.00	5	103.20
Equipo de Seguridad y Limpieza	351.50	20.00%	70.30	5	56.24
Vehículo	8000.00	20.00%	1600.00	5	1280.00
Total			2013.02		1619.04

Elaboración: La Autora

Formula:

$$Vr = Va \frac{100\%}{N^{\circ} \text{ años}} \quad Dp = \frac{Va - Vr}{N^{\circ} \text{ años}}$$

Vr= Valor Residual; **Va=** Valor Actual; **Dp=** Depreciación del Activo

Cuadro N° 42
Resumen de Activos Fijos

Activos	V. Total
Maquinaria y Equipo	953.00
Muebles y Enseres	367.00
Equipo y Oficina	164.00
Utensilios de Cocina	270.60
Equipo de Computación	645.00
Equipo de Seguridad y Limpieza	351.50
Vehículo	8000.00
Total	10751.10

Elaboración: La Autora

- **ACTIVOS DIFERIDOS**

Son aquellas de carácter intangible necesarios para realizar todo estudio de factibilidad; dentro del proyecto son aquellos gastos de constitución de la empresa, estudio preliminar, etc. Estos gastos se amortizan en 5 años de vida útil del proyecto, los gastos y rubros se incurren en el presente proyecto:

Cuadro N° 43
Activos Diferidos

Conceptos	Monto Total
Estudios preliminares	400.00
Constitución legal	250.00
Gastos Constitución	120.00
Permisos de funcionamiento y operación	180.00
Total	950.00

Fuente: Investigación en Entidades Públicas

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 44
AMORTIZACIÓN DEL ACTIVO DIFERIDO

Descripción	Vida Útil	Valor Activo	V. Amortizado Anual
Activos Diferidos	5	950.00	190.00

Elaboración: La Autora

- **ACTIVOS CIRCULANTES**

Son los gastos que se deben realizar al iniciar el funcionamiento de la empresa, pago de personal administrativo y suministros varios. Dicho capital se lo ha calculado para un mes.

Materia Prima Directa: Son todos los componentes básicos para la obtención del producto terminado; su cantidad está relacionada con la capacidad de la planta, y su costo depende de la calidad y del lugar donde se encuentren los proveedores (Anexo N° 3).

Cuadro N° 45
Materia Prima Directa

Descripción	Cantidad Diaria	Cantidad	Costo Unitario	Costo Anual	Costo Mensual
Lunch	269	53800	1.15	61870.00	5155.83
Total				61870.00	5155.83

Fuente: Mercados de la Ciudad

Elaboración: La Autora

Proyección de Materiales de Trabajo: La proyección se la realizará con el 2,70%, que es la tasa de inflación del año 2013.

Cuadro N° 46
Proyección de la Materia Prima Directa

Años	V. Total
1	61870.00
2	63540.49
3	65256.08
4	67018.00
5	68827.48

Fuente: Tasa de inflación de 2,70% del año 2013

Elaboración: La Autora

Mano de Obra Directa: Son las personas que están en contacto con el proceso productivo.

Cuadro N° 47
Mano de Obra Directa

DENOMINACIÓN	Ayudante de Cocina
Remuneración Unificada	340.00
Décimo Tercero	28.33
Décimo Cuarto	28.33
Vacaciones	14.17
Aporte patronal 11,15%	37.91
Fondos de Reserva	0
Aporte al IECE 0.5%	1.70
Aporte al SECAP 0,5%	1.70
Total	452.14
Número de obreros	1
Total Mensual	452.14
Total Anual	5425.72

Fuente: Ministerio de Trabajo y Empleo

Elaboración: La Autora

Proyección de la Mano de Obra Directa: La proyección se la realizará con el 2.70%, que es la tasa de inflación del año 2013.

Cuadro N° 48
Proyección de la Mano de Obra Directa

Año	Total
1	5425.72
2	5572.21
3	5722.66
4	5877.18
5	6035.86

Fuente: Tasa de inflación de 2,70% del año 2013

Elaboración: La Autora

Materia Prima Indirecta: Son todos los componentes secundarios para la obtención del producto a ofrecer.

Cuadro N° 49
Materia Prima Indirecta

Descripción	cantidad diaria	cantidad anual	Costo Unitario	Costo Total	Costo Mensual
Envases	269	53800	0.10	5380.00	448.33
Etiquetas	269	53800	0.04	2152.00	179.33
TOTAL				7532.00	627.67

Fuente: Distribuidora de la Ciudad

Elaboración: La Autora

Proyección de los Materia Prima Indirecta: La proyección se la realizará con el 2,70%, que es la tasa de inflación del año 2013.

Cuadro N° 50
Proyección de la Materia Prima Indirecta

Año	Total
1	7532.00
2	7735.36
3	7944.22
4	8158.71
5	8379.00

Fuente: Tasa de inflación de 2,70% del año 2013
Elaboración: La Autora

Mano de Obra Indirecta: Son las personas que no están en contacto directo con el proceso productivo, pero si en el control del mismo.

Cuadro Nº 51

DENOMINACIÓN	Operario
Remuneración Unificada	340.00
Décimo Tercero	28.33
Décimo Cuarto	28.33
Vacaciones	14.17
Aporte patronal 11,15%	37.91
Fondos de Reserva	0
Aporte al IECE 0,5%	1.70
Aporte al SECAP 0,5%	1.70
Total	452.14
Número de obreros	1
Total Mensual	452.14
Total Anual	5425.72
Total del Sueldo de MOD	5425.72

Fuente: Ministerio de Trabajo y Empleo
Elaboración: La Autora

Proyección de la Mano de Obra Indirecta: La proyección se la realizará con el 2.70%, que es la tasa de inflación del año 2013.

Cuadro Nº 52 NO

Proyección de la Mano de Obra Indirecta

Años	V. Total
1	5425.72
2	5572.21
3	5722.66
4	5877.18
5	6035.86

Fuente: Tasa de inflación de 2,70% del año 2013
Elaboración: La Autora

Servicios de Básicos: Son todos los pagos que se realizan por el agua, energía eléctrica y el teléfono que se necesita para el servicio a brindar.

Cuadro N° 53

Servicios Básicos

Gastos Básicos	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Agua	M3	60	0.20	12.00	144.00
Energía Eléctrica	KM/H	200	0.15	30.00	360.00
Teléfono	minutos	150	0.06	9.00	108.00
Total				51.00	612.00

Fuente: Municipio; EERSSA; CNT.

Elaboración: La Autora

Proyección de Servicios Básicos: La proyección se la realizará con el 2,70%, que es la tasa de inflación del año 2013.

Cuadro N° 54

Proyección de Servicios Básicos

Años	V. Total
1	612.00
2	628.52
3	645.49
4	662.92
5	680.82

Fuente: Tasa de inflación de 2,70% del año 2013

Elaboración: La Autora

Sueldos Administrativos: Conforman el gasto de los sueldos y salarios del personal que no intervienen directamente en el proceso del servicio, pero que son necesarios para lograr el desarrollo óptimo de la empresa.

Cuadro N° 55
Sueldos Administrativos

Denominación	Gerente	Secretaria- Contadora	Asesor Jurídico
Remuneración Unificada	600.00	350.00	
Décimo Tercero	50.00	29.17	
Décimo Cuarto	28.33	28.33	
Vacaciones	25.00	14.58	
Aporte patronal 11,15%	66.90	39.03	
Fondos de Reserva	0	0	
Aporte al IECE 0,5%	3.00	1.75	
Aporte al SECAP 0,5%	3.00	1.75	
TOTAL	776.23	464.61	
Número de obreros	1	1	1
TOTAL MENSUAL	776.23	464.61	60.00
TOTAL ANUAL	9314.80	5575.30	720.00
Total del Sueldo Adm.	15610.10		

Fuente: Ministerio de Trabajo y Empleo

Elaboración: La Autora

Nota: El sueldo del Asesor Jurídico es un estimado debido que solo trabajara temporalmente.

Proyección de Administrativos: La proyección se la realizará con el 2,70%, que es la tasa de inflación del año 2013.

Cuadro N° 56
Proyección de Sueldo Administrativo

Años	V. Total
1	15610.10
2	16031.57
3	16464.43
4	16908.96
5	17365.51

Fuente: Tasa de inflación de 2,70% del año 2013

Elaboración: La Autora

Arriendo: Es el gasto del arriendo del local en donde se establecerá la nueva empresa.

Cuadro N° 57**Arriendo**

Descripción	Valor mensual	Valor Anual
Arriendo del local	150.00	1800.00
Total	150.00	1800.00

Fuente: Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Proyección de Arriendo: La proyección se la realizará con el 2,70%, que es la tasa de inflación del año 2013.

Cuadro N° 58**Proyección de Arriendo**

Años	V. Total
1	1800.00
2	1848.60
3	1898.51
4	1949.77
5	2002.42

Fuente: Tasa de inflación de 2,70% del año 2013

Elaboración: La Autora

Útiles de Oficina: Es el gasto que se produce con la adquisición de material de oficina y útiles de oficina como: carpetas de archivo, lápices, resmas de papel, etc.

Cuadro N° 59**Útiles de oficina**

Especificación	Unidad	Cant.	V. Unit.	V. Mensual	V. Anual
Grapas	caja	1	0.75	0.75	9.00
Carpetas de Archivo	unidad	5	0.30	1.50	18.00
Lápices	docena	1	3.00	3.00	36.00
Esferográficos	docena	1	5.00	5.00	60.00
Resma de hojas	unidad	1	3.60	3.60	43.20
Tinta de impresora	cartucho	2	28.00	56.00	672.00
Total				69.85	838.20

Fuente: Snalme
Elaboración: La Autora

Proyección de los Útiles de Oficina: La proyección se la realizará con el 2,70%, que es la tasa de inflación del año 2013.

Cuadro N° 60

Proyección de los Útiles de Oficina

Años	V. Total
1	838.20
2	860.83
3	884.07
4	907.94
5	932.46

Fuente: Tasa de inflación de 2,70% del año 2013
Elaboración: La Autora

Materiales y Útiles de Aseo: Estos gastos se ocasionan al adquirir implementos necesarios para el mantenimiento y aseo de la empresa para el transcurso del año.

Cuadro N° 61

Materiales y Útiles de Aseo

ESPECIFICACIÓN	UNIDAD	CANT.	V. UNIT.	V. Mensual	V. Anual
Desinfectante	Galón	2	4.00	8.00	96.00
Jabón	Unidad	4	2.75	11.00	132.00
Papel higiénico	Paquete	2	5.00	10.00	120.00
Franela	30cm x 30cm	2	6.00	12.00	144.00
TOTAL				41.00	492.00

Fuente: Almacenes Locales
Elaboración: La Autora

Proyección de los Materiales y Útiles de Aseo: La proyección se la realizará con el 2,70%, que es la tasa de inflación del año 2013.

Cuadro N° 62**Proyección de los Materiales y Útiles de Aseo**

Años	V. Total
1	492.00
2	505.28
3	518.93
4	532.94
5	547.33

Fuente: Tasa de inflación de 2,70% del año 2013

Elaboración: La Autora

Publicidad: En este rubro se incluyen todos los gastos que efectúa la empresa para conseguir una publicidad efectiva para dar a conocer el servicio que ofrecerá la nueva empresa.

Cuadro N° 63**Publicidad**

Publicidad	Factor	Cantidad	Precio	V. Mensual	V. Anual
Radio	Avisos	15	1.50	22.50	270.00
Total				22.50	270.00

Fuente: Radio Matovelle

Elaboración: La Autora

Proyección de publicidad: La proyección se la realizará con el 2,70%, que es la tasa de inflación del año 2013.

Cuadro N° 64**Proyección de publicidad**

Años	V. Total
1	270.00
2	277.29
3	284.78
4	292.47
5	300.36

Fuente: Tasa de inflación de 2,70% del año 2013

Elaboración: La Autora

Mantenimiento de Maquinaria y Equipo: Se incluye el mantenimiento constante que se le darán las máquinas y equipos del área operativo para mantener el producto de calidad y al equipo de cómputo para el mejor funcionamiento del área administrativa.

Cuadro N° 65
Mantenimiento de Maquinaria y Equipo

Denominación	Valor	Alícuota	Valor Anual	Valor Mensual
Maquinaria y Equipo	953.00	2%	19.06	1.59
Equipo de Computación	645.00	2%	12.90	1.08
Total			31.96	2.66

Fuente: Técnico de la Ciudad

Elaboración: La Autora

Proyección del Mantenimiento de Maquinaria y Equipo: La proyección se la realizará con el 2,70%, que es la tasa de inflación del año 2013.

Cuadro N° 66
Proyección del Mantenimiento de Maquinaria y Equipo

Años	V. Total
1	31.96
2	32.82
3	33.71
4	34.62
5	35.55

Fuente: Tasa de inflación de 2,70% del año 2013

Elaboración: La Autora

Combustibles y Lubricantes: Este rubro corresponde a lo que es la gasolina los aceites para el buen funcionamiento del auto.

Cuadro N° 67
Combustibles y Lubricantes

Descripción	Costo Mensual	Costo Anual
Combustible	25.00	300.00
Lubricantes	15.00	180.00
Total	40.00	480.00

Fuente: Técnico de la Ciudad

Elaboración: La Autora

Proyección de los Combustibles y Lubricantes: La proyección se la realizará con el 2,70%, que es la tasa de inflación del año 2013.

Cuadro N° 68
Proyección de los Combustibles y Lubricantes

Años	V. Total
1	480.00
2	492.96
3	506.27
4	519.94
5	533.98

Fuente: Tasa de inflación de 2,70% del año 2013

Elaboración: La Autora

RESUMEN DEL ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

Cuadro N° 69

ESPECIFICACIONES	VALOR TOTAL ANUAL	VALOR TOTAL MENSUAL
Materia prima directa	61870.00	5155.83
Mano de obra directa	5425.72	452.14
Materia prima indirecta	7532.00	627.67
Mano de Obra Indirecta	5425.72	452.14
Servicios básicos	1020.00	85.00
Sueldos Administrativos	15610.10	1300.84
Materiales y útiles de oficina	838.20	69.85
Materiales y útiles de aseo	492.00	41.00
Gasto publicitarios	270.00	22.50
Mantenimiento de Maquinaria Y Equipo	31.96	2.66
combustible y lubricantes	480.00	40.00
Imprevistos 3%	2969.87	247.49
TOTAL	101965.57	8497.13

Elaboración: La Autora

RESUMEN DE LOS ACTIVOS

Cuadro N° 70

Especificación	Valor Total
Activo Fijo	10751.10
Activo Diferido	950.00
Activo Circulante o capital	8497.13
Total	20198.23

Elaboración: La Autora

FINANCIAMIENTO

Para el financiamiento de la empresa se utilizará capital externo e interno, tal es así que el 75% con capital propio y el saldo se pedirá un crédito del 25% con una tasa de interés del 15% en el Banco Nacional de Fomento el monto será de \$5000.00 dólares.

Cuadro N° 71

Financiamiento

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Capital Interno	15198.23	75%
Capital Externo	5000.00	25%
Total	20198.23	100%

Fuente: BNF

Elaboración: La Autora

Amortización del Préstamo

Cálculo Matemático:

Datos:

Saldo inicial: \$ 5000.00

Interés: $15\% / 100 = 0.15$

Tiempo: 5 años

Forma de pago: Semestral (10 pagos cada 6 meses) → $6\text{ m} / 12 = 0.5$

Desarrollo:

Para sacar la amortización se divide:

$5000 / 10 \text{ \# de pagos} = 500.00$

Para sacar el interés se multiplica:

$$\text{\$ } 5000 \times 0.5 \times 0.15 = 375.00$$

AMORTIZACIÓN

Monto: \\$ 5000.00

Interés: 15%

Amortización: Semestral

Número de pagos: 10

Pagos anuales: 2

Tiempo: 5 años

Cuadro Nº 72

AMORTIZACIÓN							
Año	Semestral	Saldo Inicial	Amortización	Intereses	Dividendo Semestral	Dividendo Anual	Saldo Final
1	1	5,000.00	500.00	375.00	875.00	1,712.50	4,500.00
	2	4,500.00	500.00	337.50	837.50		4,000.00
2	1	4,000.00	500.00	300.00	800.00	1,562.50	3,500.00
	2	3,500.00	500.00	262.50	762.50		3,000.00
3	1	3,000.00	500.00	225.00	725.00	1,412.50	2,500.00
	2	2,500.00	500.00	187.50	687.50		2,000.00
4	1	2,000.00	500.00	150.00	650.00	1,262.50	1,500.00
	2	1,500.00	500.00	112.50	612.50		1,000.00
5	1	1,000.00	500.00	75.00	575.00	1,112.50	500.00
	2	500.00	500.00	37.50	537.50		0

Elaboración: La Autora

**PROYECCIÓN DE LO PRESUPUESTOS PARA LOS 5 AÑOS DE VIDA ÚTIL
DEL PROYECTO**

Cuadro N° 73

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DE PRODUCCIÓN	82484.48	84667.85	86910.16	89213.03	91578.06
COSTOS PRIMOS					
Materia Prima Directa	61870.00	63540.49	65256.08	67018.00	68827.48
Mano de obra Directa	5425.72	5572.21	5722.66	5877.18	6035.86
TOTAL COSTO PRIMO	67295.72	69112.70	70978.75	72895.17	74863.34
Gastos Indirectos de Fabricación					
Materia Prima Indirecta	7532.00	7735.36	7944.22	8158.71	8379.00
Mano de Obra Indirecta	5425.72	5572.21	5722.66	5877.18	6035.86
Servicios básicos	612.00	628.52	645.49	662.92	680.82
Depreciaciones	1619.04	1619.04	1619.04	1619.04	1619.04
Total de gastos ind. de fabr.	15188.76	15555.14	15931.42	16317.85	16714.72
COSTOS DE OPERACIÓN	20424.76	20801.86	21193.19	21599.14	22020.10
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos administrativos	15610.10	16031.57	16464.43	16908.96	17365.51
Arriendo	1800.00	1848.60	1898.51	1949.77	2002.42
Materiales y útiles de oficina	838.20	860.83	884.07	907.94	932.46
Materiales y útiles de aseo	492.00	505.28	518.93	532.94	547.33
Reparación y mantenimiento	31.96	32.82	33.71	34.62	35.55
TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	18772.26	19279.11	19799.65	20334.24	20883.26
GASTO DE VENTAS					
Publicidad	270.00	277.29	284.78	292.47	300.36
combustible y lubricantes	480.00	492.96	506.27	519.94	533.98
TOTAL GASTO DE VENTAS	750.00	770.25	791.05	812.41	834.34
GASTOS FINANCIEROS					
Amort. Activos Diferidos	190.00	190.00	190.00	190.00	190.00
interés del préstamo	712.50	562.50	412.50	262.50	112.50
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	902.50	752.50	602.50	452.50	302.50
TOTAL DE COSTOS	102909.24	105469.71	108103.36	110812.17	113598.16

Elaboración: La Autora

COSTO UNITARIO

A continuación se describe el costo unitario del servicio que se ofrecerá.

Formula:

$$Cu = \frac{C.T}{N^{\circ} \text{ productos}}$$

Cuadro N° 74

Costo Unitario

Años	Costos Totales	N° de Producto al año	Costo Unitario
1	102909.24	53800	1.91
2	105469.71	53800	1.96
3	108103.36	53800	2.01
4	110812.17	53800	2.06
5	113598.16	53800	2.11

Elaboración: La Autora

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO

Formula:

$$P.V.P = C.U + M.U$$

Cuadro N° 75

Precio de Venta al Publico

Años	Costo Unitario	Margen de Utilidad 30.50%	Precio de Venta al Público
1	1.91	0.58	2.50
2	1.96	0.54	2.50
3	2.01	0.49	2.50
4	2.06	0.44	2.50
5	2.11	0.39	2.50

Elaboración: La Autora

INGRESOS TOTALES

Formula:

$$I.T = P.V.P * N^{\circ}.S$$

Cuadro N° 76

Ingresos

Años	Precio de Venta al Público	Productos al año	Ingresos Totales
1	2.50	53800	134500.00
2	2.50	53800	134500.00
3	2.50	53800	134500.00
4	2.50	53800	134500.00
5	2.50	53800	134500.00

Elaboración: La Autora

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Los costos fijos y variables se determinan con la finalidad de representar los valores monetarios para una medición empresarial, mediante el punto de equilibrio en función de las ventas y la capacidad instalada.

Costos Fijos: son aquellos que se mantiene constantes durante el periodo completo de producción. Se incurre en los mismos durante el transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen de producción.

Costos Variables: Son gastos que se realizan y que se hallan en relación proporcional con respecto al aumento o disminución de los volúmenes de la producción o de sus ventas.

Cuadro N° 77

Clasificación de los Costos Fijos y Variables

Descripción	Año 1		Año 5	
	C. F	C. V	C. F	C. V
COSTOS DE PRODUCCIÓN				
COSTOS PRIMOS				
Materia Prima Directa		61870.00		68827.48
Mano de obra Directa	5425.72		6035.86	
Gastos Indirectos de Fabricación				
Materia Prima Indirecta		7532.00		8379.00
Mano de Obra Indirecta	5425.72		6035.86	
Servicios básicos		612.00		680.82
Depreciaciones	1619.04			1619.04
COSTOS DE OPERACIÓN				
GASTOS ADMINISTRATIVOS				
Sueldos administrativos	15610.10		17365.51	
Arriendo	1800.00		2002.42	
Materiales y útiles de oficina		838.20		932.46
Materiales y útiles de aseo		492.00		547.33
Reparación y mantenimiento		31.96		35.55
GASTO DE VENTAS				
Publicidad	270.00		300.36	
combustible y lubricantes		480.00		533.98
GASTOS FINANCIEROS				
Amort. Activos Diferidos	190.00		190.00	
interés del préstamo	712.50		112.50	
TOTAL DE COSTOS	31053.08	71856.16	32042.50	81555.66
COSTO Total	102909.24		113598.16	

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS DEL 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.

Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado es que no existen utilidades ni pérdidas, es decir, si vendo menos que el punto de equilibrio obtendré pérdidas y si vendo más que el punto de equilibrio veré ganancias. Para realizar este cálculo es necesario clasificar los costos fijos y los variables.

Existen dos tipos de cálculo que son; método matemático y método gráfico.

Método Matemático: En este método se plantea tres alternativas; en función a la capacidad instalada, en función de las ventas y en función de la producción.

Cálculo del Punto de Equilibrio para el año 1.

Método matemático

a. En función de las ventas

$$P. E = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costo variable total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$P. E = \frac{31053.08}{1 - \frac{71856.16}{134500.00}}$$

$$P.E = \frac{31053.08}{0.4658}$$

$$P.E = 66672.78$$

b. En función de la capacidad instalada

$$P.E = \frac{\text{CostoFijoTotal}}{\text{Ventastotales} - \text{Costosvariablestotales}} \times 100$$

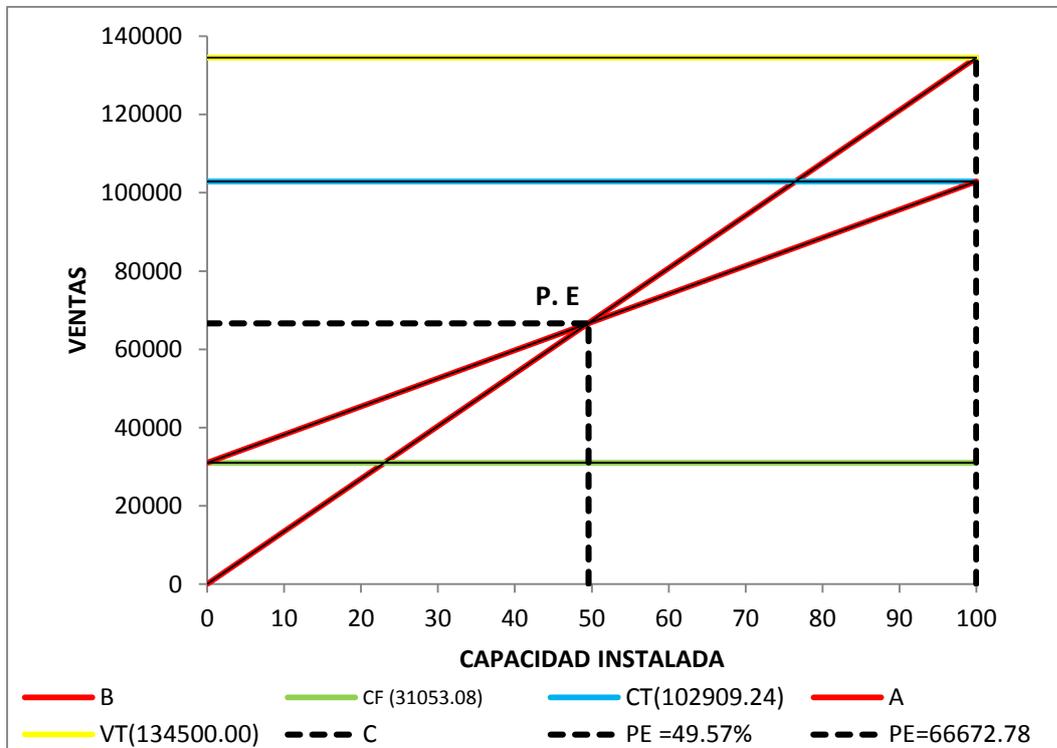
$$P.E = \frac{31053.08}{134500.00 - 71856.16} \times 100$$

$$P.E = \frac{31053.08}{62643.84} \times 100$$

$$P.E = 0.4957 \times 100$$

$$P.E = 49.57\%$$

Punto de Equilibrio para el Año 1



Análisis: El siguiente gráfico indica que para el primer año la empresa debe vender \$66672.78 dólares de su servicio para llegar al punto de equilibrio con un 49.57% de la capacidad instalada.

Cálculo del Punto de Equilibrio para el año 5.**Método matemático****a. En función de las ventas**

$$\text{P. E} = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costo variable total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$\text{P. E} = \frac{32042.50}{1 - \frac{81555.66}{134500.00}}$$

$$\text{P. E} = \frac{32042.50}{0.3936}$$

$$\text{P. E} = 81400.89$$

b. En función de la capacidad instalada

$$P.E = \frac{\text{CostoFijoTotal}}{\text{Ventas totales} - \text{Costosvariablestotales}} \times 100$$

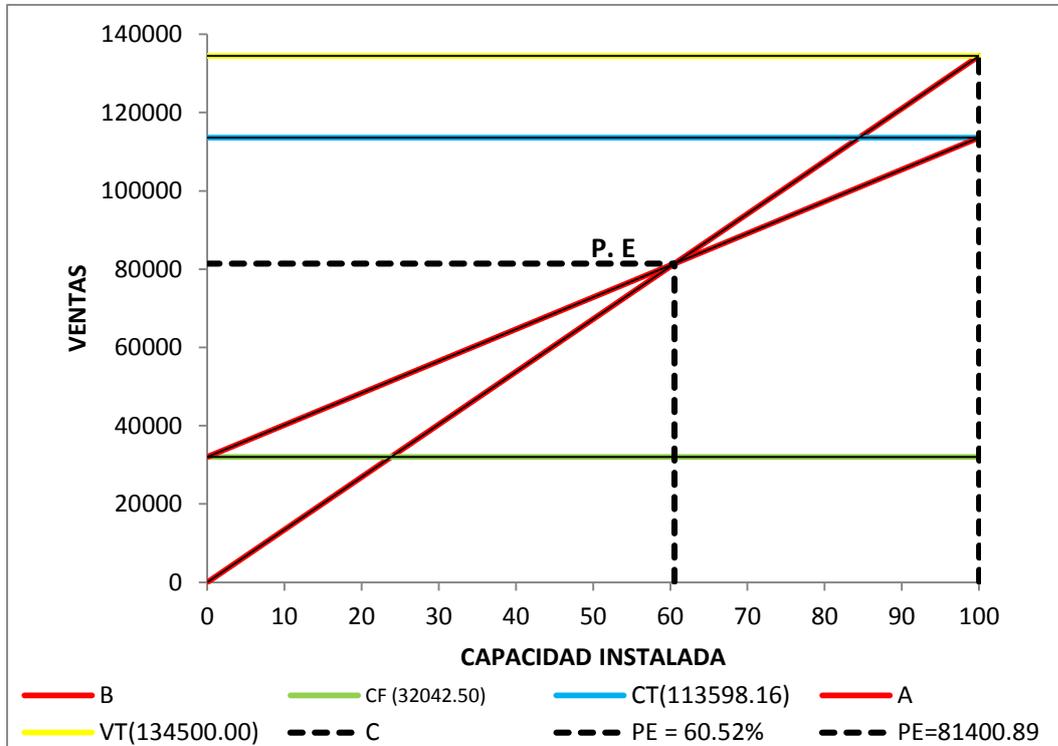
$$P.E = \frac{32042.50}{134500.00 - 81555.66} \times 100$$

$$P.E = \frac{32042.50}{52944.34} \times 100$$

$$P.E = 0.6052 \times 100$$

$$P.E = 60.52\%$$

Punto de Equilibrio para el Año 5



Análisis: El siguiente gráfico indica que para el quinto año la empresa debe vender \$81400.89 dólares de su servicio para llegar al punto de equilibrio con un 60.52% de capacidad instalada.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

El estado de pérdidas y ganancias es un estado financiero que presenta los resultados financieros, en un periodo de tiempo determinado, como producto de una actividad económica de la empresa.

Cuadro N° 78

Estado de Pérdidas y Ganancias

PERIODOS	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas	134,500.00	134,500.00	134,500.00	134,500.00	134,500.00
(-) Costo Total	102909.24	105469.71	108103.36	110812.17	113598.16
(=) Utilidad Bruta Ventas	31590.76	29030.29	26396.64	23687.83	20901.84
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	4738.61	4354.54	3959.50	3553.17	3135.28
(=) Utilidad Ante Impuestos a la Renta	26852.15	24675.75	22437.15	20134.66	17766.56
(-) 25% Impuesto a la renta	6713.04	6168.94	5609.29	5033.66	4441.64
(=) Utilidad Liquida ejercicio	20139.11	18506.81	16827.86	15100.99	13324.92
(-) 10% reserva Legal	2013.91	1850.68	1682.79	1510.10	1332.49
(=) Utilidad Neta	18125.20	16656.13	15145.07	13590.89	11992.43

Elaboración: La Autora

EVALUACIÓN FINANCIERA

Es uno de los puntos más importantes, ya que del mismo dependerá su aceptación o rechazo del proyecto.

FLUJO DE CAJA

Es aquel que representa los recursos en efectivo entre ingresos y egresos de la empresa, demostrando los fondos y si disponibilidad para pagar deudas o comprar activos.

Cuadro N° 79
Flujo de Caja

Denominación	Periodo					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
ventas		134,500.00	134,500.00	134,500.00	134,500.00	134,500.00
crédito bancario	5000.00					
Capital Propio	15198.23					
Valor Residual					54.66	1958.36
Total Ingresos	20198.23	134500.00	134500.00	134500.00	134554.66	136458.36
Egresos						
activo Fijo	10751.10					
Acto Diferido	950.00					
Activo Circulante	8497.13					
Reinversión					164.00	
Presupuesto de Operación	20198.23	102909.24	105469.71	108103.36	110812.17	113598.16
Depreciación y amortización		1809.04	1809.04	1809.04	1809.04	1809.04
15% de Utilidad de Trabajo		4738.61	4354.54	3959.50	3553.17	3429.03
25% Impuesto a la Renta		7897.69	7257.57	6599.16	5894.62	5715.05
Amortización de Capital		1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00
Total de Egresos	20198.23	118354.58	119890.87	121471.06	123233.01	125551.28
Balance	0.00	16,145.42	14,609.13	13,028.94	11,321.65	10,907.08

Elaboración: La Autora

VALOR ACTUAL NETO

Gracias a este valor logre calcular el valor presente de los flujos de caja futuros originados por una inversión, a este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

Cuadro N° 80
Valor Actual Neto

Años	Flujo Neto	Fact. Actual 15%	Flujo descontado
0	-20,198.23		
1	16,145.42	0.917431	14,812.31
2	14,609.13	0.841680	12,296.22
3	13,028.94	0.772183	10,060.74
4	11,321.65	0.708425	8,020.55
5	10,907.08	0.649931	7,088.85
		Total	52,278.66
		Inversión	-20,198.23
		VAN	32,080.43

Elaboración: La Autora

Formula del Factor de Actualización:

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

F= Factor de actualización; **i**= Interés del préstamo; **n**= Número de años

Para determinar el VAN se utiliza la siguiente fórmula:

VAN = Sumatoria VAN - Inversión inicial

VAN = 52,278.66 – 20,198.23

VAN = **32,080.43**

El valor actual neto en el presente proyecto es de \$32,080.43 dólares; por lo tanto se acepta el proyecto.

TASA INTERNA DE RETORNO

Expresa en forma porcentual la capacidad de ganancia de un proyecto, además se la conoce como la tasa de descuento que hace posible que la corriente de beneficios actualizados sea iguales a la inversión inicial.

Cuadro N° 81
Tasa Interna de Retorno

Años	Flujo Neto	Factor de descuento	Valor Actual	Factor de descuento	Valor Actual
		65.15%	Tm	66.15%	TM
0	-20,198.23		-20,198.23		-20,198.23
1	16,145.42	0.605510	9,776.21	0.6018658	9,717.37
2	14,609.13	0.366643	5,356.33	0.3622424	5,292.05
3	13,028.94	0.222006	2,892.50	0.2180213	2,840.59
4	11,321.65	0.134427	1,521.93	0.1312196	1,485.62
5	10,907.08	0.081397	887.80	0.0789766	861.40
		VAN Tm	236.55	VAN TM	-1.20

Elaboración: La Autora

Para poder determinar la TIR se procede a aplicar la siguiente fórmula:

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

$$TIR = 65.15 + 1 \left(\frac{236.55}{236.55 - (-1.20)} \right)$$

$$TIR = 66.14\%$$

La tasa interna de retorno en el presente proyecto es de 66.14% siendo este mayor al resto de oportunidad, por lo tanto es rentable.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

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

Cuadro N° 82
Periodo de Recuperación de Capital

AÑOS	INVERSIÓN INICIAL	FLUJO NETO	FLUJO ACUMULADO
Inversión	-20198.23		
1		16,145.42	16,145.42
2		14,609.13	30,754.55
3		13,028.94	43,783.49
4		11,321.65	55,105.15
5		10,907.08	66,012.23
TOTAL		66,012.23	

Elaboración: La Autora

Su fórmula es:

PRC = Año que se supera la inversión + (Inversión - \sum Primeros Flujos / flujo de año que supera la inversión)

PRC = 2+ ((20198.23– 30,754.55)/ 14,609.13)

PRC = 1.28

- 1 año
- 0.28*12 meses= 3.36
- 0.36*30 días= 11 días

Esto me indica que el periodo de recuperación de la inversión inicial, será de 1 año, 3 meses y 11 días.

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

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

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

Cuadro Nº 83
Relación Beneficio / Costo

Año	Ingresos Original	Costos Originales	Factor Actualización 9%	Ingresos Actualizados	Costos Actualizados
1	134500.00	102909.24	0.917431	123394.50	94412.15
2	134500.00	105469.71	0.841680	113205.96	88771.74
3	134500.00	108103.36	0.772183	103858.68	83475.63
4	134500.00	110812.17	0.708425	95283.19	78502.13
5	134500.00	113598.16	0.649931	87415.77	73831.01
				523158.09	418992.66

Elaboración: La Autora

Para determinar la RBC se aplica la siguiente fórmula:

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

$$RBC = \frac{523158.09}{418992.66}$$

$$RBC = 1.25$$

La relación beneficio-costo en el presente proyecto es, que por cada dólar que se invierte se obtendrá una rentabilidad de 0.25 dólares.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Es la interpretación de incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de interpretar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro.

Análisis de Sensibilidad con Aumento en los Costos de un 17%
Cuadro N° 84

Años	Costo T. Original	Costo T. original	Ingreso Original	Actualización				
		aumentado		Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actual	Factor de Actualización	Valor Actual
		17.00%			39.06%		40.06%	
0				-20,198.23				
1	102909.24	120,403.81	134500.00	14,096.19	0.71911405	10,136.77	0.7139797	10,064.39
2	105469.71	123,399.56	134500.00	11,100.44	0.51712502	5,740.32	0.5097670	5,658.64
3	108103.36	126,480.93	134500.00	8,019.07	0.37187187	2,982.07	0.3639633	2,918.65
4	110812.17	129,650.24	134500.00	4,849.76	0.26741829	1,296.92	0.2598624	1,260.27
5	113598.16	132,909.85	134500.00	1,590.15	0.19230425	305.79	0.1855365	295.03
					Total	20,461.86	Total	20,196.98
					Inversión	-20,198.23	Inversión	-20,198.23
					VAN Tm	263.63	VAN TM	-1.25

Elaboración: La Autora

Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor a 1 el proyecto es sensible

Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a 1 el proyecto no sufre ningún efecto

Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor a 1 el proyecto no es sensible

TIR DEL PROYECTO = 66.14%

NUEVA TIR = 40.06

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

$$TIR = 39.06 + 1 \left(\frac{263.63}{263.63 - (-1.25)} \right)$$

NUEVA TIR = 40.06%

DIFERENCIA DE TIR:

Diferencia de Tir = Tir del Proyecto – Nueva Tir

Diferencia de Tir = 66.14 – 40.06 = 26.09%

PORCENTAJE DE VARIACIÓN:

% Variación = (Diferencia de Tir / Tir del Proyecto) * 100

% Variación = (26.09% / 66.14%) * 100

% Variación = 39.44%

SENSIBILIDAD:

Sensibilidad = % Variación / Nueva Tir

Sensibilidad = 39.44/40.06

Sensibilidad = 0.98

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Es la interpretación de incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de interpretar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro.

Análisis de Sensibilidad con Aumento en los Costos de un 14.82%
Cuadro N° 85

Años	Ingreso Original	Ingreso original	Costo Original	Actualización				
		disminuido		Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actual	Factor de Actualización	Valor Actual
		14.82%			39.06%	Tm	40.06%	TM
0				-20,198.23				
1	134500.00	114,567.10	102909.24	11,657.86	0.71911405	8,383.33	0.7139797	8,323.48
2	134500.00	114,567.10	105469.71	9,097.39	0.51712502	4,704.49	0.5097670	4,637.55
3	134500.00	114,567.10	108103.36	6,463.74	0.37187187	2,403.68	0.3639633	2,352.56
4	134500.00	114,567.10	110812.17	3,754.93	0.26741829	1,004.14	0.2598624	975.77
5	134500.00	134,500.00	113598.16	20,901.84	0.19230425	4,019.51	0.1855365	3,878.05
					Total	20,515.15	Total	20,167.41
					Inversión	-20,198.23	Inversión	-20,198.23
					VAN	316.92	VAN	-30.82

Elaboración: La Autora

Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor a 1 el proyecto es sensible

Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a 1 el proyecto no sufre ningún efecto

Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor a 1 el proyecto no es sensible

TIR DEL PROYECTO = 66.14%

NUEVA TIR = 39.97

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

$$TIR = 39.06 + 1 \left(\frac{316.92}{316.92 - (-30.82)} \right)$$

NUEVA TIR = 39.97%

DIFERENCIA DE TIR:

Diferencia de Tir = Tir del Proyecto – Nueva Tir

Diferencia de Tir = 66.14 – 39.97 = 26.17%

PORCENTAJE DE VARIACIÓN:

% Variación = (Diferencia de Tir / Tir del Proyecto) * 100

% Variación = (26.17% / 66.14%) * 100

% Variación = 39.57%

SENSIBILIDAD:

Sensibilidad = % Variación / Nueva Tir

Sensibilidad = 39.57/39.97

Sensibilidad = 0.99

h. CONCLUSIONES.

- El producto que ofreceré al mercado está diseñado de acuerdo a las condiciones y necesidades de los niños que consumirán el mismo según las encuestas realizadas.
- La empresa jurídicamente se constituirá como una compañía de Responsabilidad Limitada y administrativamente se encontrara organizada con los niveles jerárquicos correspondientes, sus respectivos organigramas y por ende con el manual de funciones, que le permitan desarrollar técnicamente su proceso administrativo.
- En el estudio administrativo se determinó que la razón social de la empresa será **“Rico y Nutritivo Cia Ltda.”**, así mismo, se estructuro la organización empresarial y las funciones de cada cargo de la empresa a través de una manual de funciones.
- En el estudio de Mercado se pudo determinar que existe una demanda insatisfecha de 200044,80 de lunch para los niños de las escuelas particulares de la ciudad de Loja para el año 1.
- En el estudio técnico se definió la capacidad utilizada para el primer año que será 53800 de lunch que representa el 54.79% de la capacidad instalada, además se estableció que la localización optima de la planta será en la ciudad de Loja, en las calles Jazmines y Crisantemos y finalmente se

determinó la ingeniera del proyecto en donde se planteó los aspectos técnicos como los recursos necesarios la distribución de la planta y proceso.

i. RECOMENDACIONES

- Para realizar una inversión se debe partir de la base fundamental de estudios técnicos, a través de especialistas en la materia, de manera que se garantice la factibilidad de estos estudios.
- Tomar en cuenta los estudios realizados en este trabajo por cuanto se lo ha realizado con mucho esfuerzo y dedicación.
- De ponerse en ejecución este proyecto, deberá realizarse en base a las necesidades del mercado y a las ventajas competitivas.
- Hacer conocer a la población lojana que el producto a fabricarse será bueno para su consumo debido a que se lo hará con la mayor higienización posible, con la utilización de la mejor maquinaria y equipo lo que asegurara la calidad del producto.
- El presente proyecto puede formar parte de las fuentes de consultas para futuros investigaciones

j. BIBLIOGRAFIA

- ✓ AGUILAR F., Ruth Metodología de la Investigación Científica, Universidad Técnica Particular de Loja, 1984.
- ✓ YAYALA, Arturo: Evaluación de Proyectos; Universidad Técnica de Machala, 1994.
- ✓ AVILA MACEDO, Juan José. Introducción a la Contabilidad, Umbral Editorial, México, 2007
- ✓ Biblioteca de Consulta Microsoft, Encarta 2005, 1993-2004 Microsoft Corporación. Reservados todos los derechos.
- ✓ BIERMAN H., S. SMITH, El presupuesto de bienes de capital. México
- ✓ BOLTEN Steven, Manual de Administración de Proyectos, 1995, Tercer Edición.
- ✓ Burbano Ruiz, Presupuestos, editorial Nomos, Bogota-Colombia 2000.
- ✓ Chavenato Idalberto, administración teórica, proceso y practica Mc. Graw Hill Interamericano año 2002.
- ✓ Copeland. Thomas y otros, Finanzas en Administración, octava edición, Madrid España. 1986.
- ✓ Enciclopedia Práctica de Administración, Micro, pequeña y Mediana Empresa. Círculo de Lectores.
- ✓ Gitma._ Principio de administración financiera y control. 7ma. Edición, México 1992.

- ✓ HAROLD KOONTZ, HEINZ WEIHRICH, Administración una perspectiva global. Décima edición. Editorial McGraw – Hill. México.
- ✓ Kotler. Philip la Nueva Competencia, Editorial Norma 1997
- ✓ KOTTLER, Philips. Estrategia de marketing. 6ta Ed. México 2000
- ✓ Méndez, Carlos Eduardo. Guía para la elaboración e diseños de investigación de ciencias económicas, contables y administrativas, Editorial McGraw – Hill, San José de Bogotá. 1988
- ✓ Millar. Roger. Micro. Macro economía, Ediciones Mc. Graw Hill. Bogotá Colombia 1994
- ✓ Pesenti Antonio, Manuel de Economía Práctica, Ediciones Akai. 1980
- ✓ REYES PONCE Agustín. Administración de Empresas, Primera y Segunda parte. Edición Limuza, México 1996
- ✓ STANTON, ETEXL y WALTER. Fundamentos de Marketing
- ✓ PIERRE, Masse. La elección de las inversiones. Sagitario, 1963
- ✓ VARELA V. Rodrigo, Evaluación Económica de Alternativas Operacionales y Proyectos de Inversión. Bogotá 1992.

k. Anexos

ANEXO Nº 1

FICHA RESUMEN DEL PROYECTO

TEMA:

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE LUNCH PARA LOS NIÑOS DE LAS ESCUELAS PARTICULARES DE LA CIUDAD DE LOJA.

PROBLEMÁTICA:

Ante la aguda crisis constante por la que atraviesa el Ecuador es muy importante crear y mantener, los valores culturales de la sociedad local, y la existencia de empresas e instituciones que proporcionen bienes y servicios definiendo trayectorias de desarrollo local que pueden dar lugar a círculos virtuosos de competitividad.

La alimentación es fundamental para lograr un buen desarrollo y crecimiento en nuestros niños, pero las condiciones socioeconómicas que actualmente viven las familias, en nuestro país, debido a sus bajos ingresos económicos e inestabilidad, por escasez de fuentes de trabajo o los malos hábitos alimenticios que los niños tienen no permite que los mismos en edad escolar tengan una alimentación adecuada que acceda a su desarrollo óptimo para el crecimiento tanto físico como mental.

La creación de una nueva empresa debe ser vista como la mejor opción a seguir para lograr el desarrollo económico y social del país, especialmente del Cantón Loja que ha sido catalogada como un área prioritaria para el desarrollo industrial y comercial ya que en ella existe materia prima suficiente para la creación de industrias y empresas, el uso de los recursos naturales y producción de los

mismos constituye un pilar fundamental para el fortalecimiento de la economía familiar y sectorial, para ello es necesario explotar lo que tenemos a nuestro alcance y lo sepamos utilizar de manera positiva, como es el caso de la implementación de una empresa que brindara un servicio de lunch nutritivo, agradable al paladar de los niños y económico para el bolsillo de sus padres.

Con esta perspectiva se plantea la presente investigación, la misma que en la búsqueda de ofrecer nuevos productos para la nutrición infantil tomo como referencia a las guías alimentarias a la hora de pensar cuáles son las porciones adecuadas de alimento para los pequeños y cuántas calorías debe aportar una dieta estándar para niños de peso normal,

Por otra parte es por ello que se hace imperativa la necesidad de crear o proponer fuentes de trabajo reales mediante la implementación de empresas que aprovechen la producción primaria, especialmente la agrícola en beneficio de la sociedad en general.

Bajo estas consideraciones del área problemática, y luego de la aplicación de ciertas técnicas propias de la investigación científica se delimita el problema:

LA FALTA DE INICIATIVA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE BRINDE EL SERVICIO DE LUNCH PARA NIÑOS EN EDAD ESCOLAR DE LAS ESCUELAS PARTICULARES LIMITA EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LA CIUDAD DE LOJA

OBJETIVOS:

General:

- Determinar la factibilidad para la implementación de una empresa de preparación y comercialización de lunch para niños en edad escolar de las escuelas privadas en la Ciudad de Loja.

Específicos:

- Realizar un estudio de mercado que permita conocer la demanda y oferta de empresas que se dediquen a prestar el servicio de lunch, analizando también la mezcla de mercado: producto, precio, plaza y promoción.
- Elaborar el estudio técnico para definir el tamaño, localización e ingeniería del proyecto.
- Elaborar el estudio de organización que esté de acuerdo a las necesidades de la empresa.
- Realizar el estudio económico y financiero donde se llegue a determinar a los costos necesarios para la inversión, los presupuestos, estados financieros, evaluación financiera y determinar la factibilidad y rentabilidad del proyecto.
- Evaluar la factibilidad del proyecto mediante la utilización de los índices financieros como son el VAN, TIR RBC, PRC, Y AS.

METODOLOGIA

Para realizar la presente investigación se utilizará los métodos inductivo y deductivo; con los cuales se analizará los casos, hechos o fenómenos particulares para llegar a un descubrimiento de un principio o ley que rige que posteriormente se fundamentarán con conceptos, principios, definiciones o normas generales de las cuales se extraerán conclusiones y recomendaciones.

Adicionalmente se utilizará diferentes técnicas o procedimientos, observación, encuestas y entrevistas.

METODO CIENTIFICO:

Está basado en los datos científicos y matemáticos con la utilización de todos los pasos de la investigación, se relacionará con el trabajo investigativo que se utilizará conceptos científicos o referentes de autores lo que permitirá tener una mejor visión sobre la temática a investigar sobre cómo se puede crear una empresa de servicios de lunch en la ciudad de Loja.

METODO INDUCTIVO

Se trata del método científico más usual, en el que pueden distinguirse cuatro pasos esenciales: la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la contrastación.

METODO DEDUCTIVO

Se empleará el método deductivo para la realización de este trabajo, debido a que el proyecto se fundamentará en objetivos que luego de los análisis correspondientes se los elaborará.

Se aplicará para desarrollar y ejecutar la investigación partiendo desde un análisis de lo general a lo particular; la investigación permitirá realizar una descripción de cómo se puede una empresa de servicios y ayudará a determinar de qué formas están estructuradas, cuál es la forma de manejo hacia sus empleados e identificando la situación de la competencia.

MÉTODO ESTADÍSTICO

Se utilizará este método en la aplicación de encuestas en la tabulación e interpretación de datos, para la realización del estudio de mercado. A través de este método se podrá medir los resultados obtenidos de la encuesta y así poder determinar en mayor porcentaje de los cuáles permitirán determinar el problema.

MÉTODO BIBLIOGRÁFICO

Permitirá conocer todos los autores de libros que se han dedicado a analizar sobre este tipo de empresas de servicios y de otra manera también servirá de guía para obtener más información. Por lo tanto la bibliografía, es el conjunto de catálogos, libro, folletos, internet o escritos referentes de una materia determinada.

METODO ANALÍTICO

Este método implica el análisis (del griego análisis, que significa descomposición), esto es la separación de un todo en sus partes o en sus elementos constitutivos. Se apoya en que para conocer un fenómeno es necesario descomponerlo en sus partes.

Será de gran utilidad ya que dará la posibilidad de hacer deducciones de casos generales a particulares y viceversa, los métodos mencionados ayudarán específicamente para proyectar la demanda y la oferta.

TÉCNICAS.

Entre las técnicas a utilizar tenemos las siguientes:

La Observación

Se la desarrollará utilizando la observación directa y documental, la primera consiste en la inspección y estudio de las características más sobresalientes del hecho a investigar captando la realidad natural, económica y social.

La entrevista,

Consiste en un diálogo directo entre el entrevistado y entrevistador, que se la realizara a los bares y proveedores de lunch de las diferentes escuelas particulares en la ciudad de Loja.

La encuesta.

Se la utilizará, para la recolección de datos y de esta manera organizar, tabular y presentar la información obtenida, para poder así analizarlos. El detalle de la misma se encuentra a continuación:

PROYECCION DE LA CIUDAD DE LOJA

Total de alumnos en las escuelas particulares son de 1200

Para calcular el tamaño de la muestra de los consumidores en el mercado, se utilizó información proporcionada por la dirección de educación año lectivo 2011-2012 proyectada para el año 2015, se considera 1 miembro por familia y se aplica una tasa de crecimiento de 2.08%, para proyectar la población de la ciudad de Loja para el año 2015, se procedió de la siguiente forma:

Formula:

$$n = \frac{N}{1 + N (E)^2}$$

Siendo:

n = Muestra

N = Población en estudio = 1200

E = Margen de error (5%)

Aplicando la formula tenemos:

$$n = \frac{N}{1 + N (E)^2}$$

$$n = \frac{1200}{1 + 1200 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{1200}{4}$$

$$n = 300 \text{ encuestas}$$

Estas 300 encuestas se aplicaron para el análisis del mercado de la producción de lunch, a los padres de familia de las escuelas particulares de la ciudad de Loja.

Anexo N° 2



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

Como egresada de la carrera de Administración de Empresas le pido muy comedidamente se digne a contestar las siguientes preguntas ya que esto me servirá para poder realizar mi proyecto de tesis denominado “Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa productora de lunch para los niños de las escuelas particulares de la ciudad de Loja.

ENCUESTA APLICADA A LOS PADRES DE FAMILIA DE LAS ESCUELAS PARTICULARES

1. ¿Cuáles son sus ingresos mensuales

300 – 500 ()
500 – 800 ()
800 _ mas ()

2. ¿Su hijo(a) desayuna?

Si ()

No ()

3._ ¿Donde adquiere el lunch para su niño?

Supermercados - Tiendas ()

Bar de la escuela ()

Parte de la matrícula de la escuela()

3. ¿Su hijo adquiere alimentos en el bar de la escuela?

Si ()

No ()

4. ¿el consumo en el receso es de todos los días

Si ()

No ()

5. ¿Cuánto destina para el lunch de su niño?

\$1,50 – 2,50 ()

2,50 - 3,50 ()

6. ¿Cree que los bares de las escuelas proveen a su hijo de una comida rica y nutritiva?

Si ()

No ()

7. Su niño está ingiriendo comida saludable o nutritiva en el bar de la escuela

Si ()

No ()

8. ¿si se creara una microempresa productora de lunch(rico, nutritivo en base a lácteos, verduras, y carnes) para los niños de las escuelas particulares de la ciudad de Loja estaría dispuesto a contratar nuestro servicio

Si ()

No ()

9. ¿Cómo le gustaría cancelar este servicio?

➤ Diario ()

➤ Semanal ()

➤ Mensual ()

10. ¿Para la cancelación del servicio, le gustaría que se lo visite en?

➤ Oficina ()

➤ Hogar ()

➤ Escuela ()

11. ¿Si tiene dos o más niños en la escuela le gustaría obtener un descuento?

Si ()

No ()

12. ¿En qué medio le gustaría que se dé a conocer la nueva empresa?

➤ Radio ()

➤ Televisión ()

➤ Hojas volantes ()

13. ¿Dónde le gustaría que esté ubicada la empresa?

- Sur ()
- Centro ()
- Norte ()

14. ¿Cómo le gustaría que sea el envase donde se entregue el producto al niño?

- Bandeja desechable ()
- Aluminio ()
- Funda de papel ()

15. ¿Cómo le gustaría que se le entregue el lunch a su niño?

- Personalizado ()
- Profesora ()
- Auxiliar ()



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Como egresada de la carrera de Administración de Empresas le pido muy comedidamente se digne a contestar las siguientes preguntas ya que esto me servirá para poder realizar mi proyecto de tesis denominado "Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa productora de lunch para los niños de las escuelas particulares de la ciudad de Loja.

ENCUESTA APLICADA A LOS OFERENTES.

1. En su bar vende lunch

- Si ()
 No ()

2. Qué tipo de lunch vende

- arroz con pollo + bebida ()
- Ensalada de frutas + bebida ()
- Guata + bebida ()
- arroz con carne + bebida ()
- Sanduche + bebida ()
- Hamburguesas, + bebida ()

3. ¿Cuántos lunch vende usted diariamente?

- 1 a 20 ()
- 21 a 40 ()
- 41 a 60 ()
- 61 a 80 ()
- 81 a 100 ()
- 101 a 250 ()

- 251 a 300 ()
- Mas ()

4. Qué precio promedio vende usted dentro de su bar

- \$ 0,025 - \$0,50 ()
- \$ 0,51 - \$ 1,00 ()
- \$ 1,01 - \$ 1,50 ()
- \$ 1,51 - \$ 2,00 ()
- \$ 2,51 - \$ 3,00 ()

Anexo 3

MENÚ SEMANAL PARA LA PREPARACIÓN DE LOS LUNCH EN LA EMPRESA

		CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
lunes	manzana	30 unidades	0.25	156.25	1,975,00
Brocheta de frutas	banano	30 unidades	0.15	4.75	1,017,00
Avena	fresa	5 libras	1.5	139.5	1674.00
Gelatina	piña	5 fundas	1.5	67.5	810.00
	azucar	3libra	0.42	145.58	1758.36
	gelatina	5 fundas	2.5	10.00	30.00
		TOTAL	6.32		

VALOR LUNCH= 1,30

		CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
martes	pollo	5 libras	1.75	28.00	336.00
Sanduche de pollo	pan de molde	20 fundas de pan	1.5	30.00	3600.00
jugo de naranja	naranja	20 naranjas	0.30	15.50	1890.0
manzana	azúcar	3 Libra	0.42	145.58	1758.36
	lechuga	7 lechugas	0.50	19.50	234.00
	manzana	250 manzanas	0.25	156.25	1,975,00

VALOR DE LUNCH= 1,00

		CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
Miércoles	carne	5 libras de carne	2.5	135.00	1620.00
Tallarín de carne	tallarín	15 fundas de tallarín	2.5	60	720.00
jugo de fresa	fresa	5 libras de fresa	1.5	139.5	1674.00
banano	azúcar	3 libra de azúcar	0.42	145.58	1758.36
	banano	250 bananos	0.15	4.75	1,017,00
		TOTAL	7.07		

VALOR DE LUNCH=1,50

		CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
jueves	choclos	269 choclos	0.25	67.50	810.00
choclo con queso	queso	21 quesos	2.00	42.00	504.00
batido de mora	mora	5 libras de mora	2.00	28.00	336.00
durazno	babaco	27 babacos	2.00	54.00	684.00
	azúcar	3 libra de azúcar	0.42	145.58	1758.36
		TOTAL	6.67		

VALOR DE LUNCH= 1,50

		CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
viernes	filete de pollo	51 filete de pollo	3.50	178.50	2142.00
papas con filete de pollo	papas	15 libras de papa	0.40	8.00	96.00
jugo de tomate de árbol	tomate de árbol	20 tomates de árbol	0.20	18.40	220.80
fresas en almíbar	azúcar	3 libras de azúcar	0.42	145.58	1758.36
	fresas	5 libras de fresa	1.50	139.50	1674.00
	crema chantilly	8 cremas chantilly	1.50	1200	144.0
		TOTAL	7.52		

VALOR DE LUNCH= 1,50

Promedio= 1.50

INDICE

CARATULA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN	iiiv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vii
a. TITULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
c. INTRODUCCION.....	8
d. REVISION DE LITERATURA	11
e. MATERIALES Y METODOS.....	27
f. RESULTADOS	32
g. DISCUSION.....	52
h. CONCLUSIONES.....	123
i. RECOMENDACIONES.....	125
j. BIBLIOGRAFIA.....	126
k. Anexos.....	128
INDICE	143