



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE
DULCE DE TORONCHE, EN LA CIUDAD DE LOJA”**

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
GRADO DE INGENIERA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Autora:

Irene Andreina Reinoso Patiño

Directora:

Ing. Carmen Cevallos Cueva

LOJA – ECUADOR
2016

CERTIFICACIÓN

Ing. Carmen Cevallos Cueva MAE

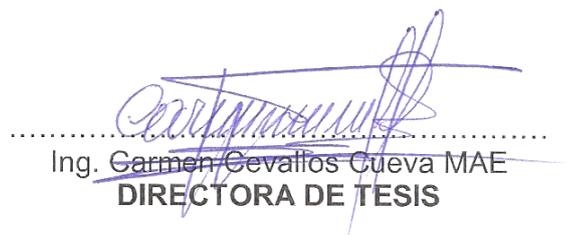
**DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE
LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

CERTIFICA:

Que la presente tesis de grado titulado “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE DULCE DE TORONCHE, EN LA CIUDAD DE LOJA”; realizado por la postulante: Irene Andreina Reinoso Patiño, cumple con los requisitos establecidos por las normas generales para la graduación en la Universidad Nacional de Loja, tanto en aspectos de forma como de contenido, por lo cual me permito autorizar su presentación para los fines pertinentes.

Loja, 19 de febrero de 2016

Atentamente,

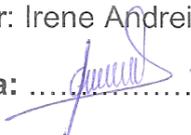

.....
Ing. Carmen Cevallos Cueva MAE
DIRECTORA DE TESIS

AUTORÍA

Yo, **Irene Andreina Reinoso Patiño** declaro ser la autora del presente trabajo de tesis y eximo a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

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

Autor: Irene Andreina Reinoso Patiño

Firma:

Cedula: 1105655144

Fecha: Loja, 19 de febrero de 2016

CARTA DE AUTORIZACION DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACION ELECTRONICA DEL TEXTO COMPLETO

Yo, Irene Andreina Reinoso Patiño, declaro ser autora de la tesis titulada "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE DULCE DE TORONCHE, EN LA CIUDAD DE LOJA", como requisito para optar al grado de Ingeniera en Administracion de Empresas; autorizo al sistema bibliotecario de la Unversidad Nacional de Loja para que con fines academicos, muestre al mundo la produccion intelectual de la universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de informacion del pais 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 autorizacion, en la ciudad de Loja, a los 19 dias del mes de febrero del dos mil dieciseis, firma la autora.

Firma: 

Autora: Irene Andreina Reinoso Patiño

Cédula: 1105655144

Direccion: Loja, Barrio La Banda

Coreeo electronico: flakita55thebest@hotmail.com

Celular: 0986830030

DATOS COMPLEMENTARIOS

Directora de Tesis: Ing. Carmen cevallos

Tribunal de grado

Ing. Patricio Cuenca Ruiz MAE.

Ing. Cesar Neira H. Mg. Sc.

Ing. Juan Carlos Perez MAE.

Presidente del Tribunal

Integrante del Tribunal

Integrante del Tribunal

DEDICATORIA

A Dios por la vida que me ha regalado, a mí querida madre que ha sido siempre el pilar de mi vida, pues con su lucha constante por darme lo necesario para cumplir con mis proyectos de vida he logrado conseguir todos mis objetivos, a mis hermanos y amigas que siempre me acompañan y apoyan; a mi pequeño hijo que ha sido mi inspiración y el motor principal para seguir cumpliendo mis metas, pues aun siendo tan pequeño me transmite todo su amor y su ternura en forma de sonrisas las cuales alientan mis días, a mi querido compañero de vida Carlos, que ha estado dándome incondicionalmente su apoyo, su comprensión y sobre todo muchos ánimos para que pueda lograr lo que deseo alcanzar. ¡Gracias a todos, mi meta hoy cumplida es gracias a ustedes!

Irene Andreina Reinoso Patiño

AGRADECIMIENTO

A mi familia por brindarme siempre todo su apoyo con el fin de que logre mis objetivos en la vida, así mismo mi sincero agradecimiento a la Ing. Carmen Cevallos Cueva, directora de tesis, por la colaboración brindada en la realización del presente trabajo, como también a todos los docentes de la UNL, que durante toda mi formación han aportado con la impartición de sus conocimientos y a todas aquellas personas que de una forma u otra aportaron para que pueda culminar con mi carrera universitaria.

Irene Andreina Reinoso Patiño

a. TITULO

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE DULCE DE
TORONCHE, EN LA CIUDAD DE LOJA”**

b. RESUMEN

El objetivo de la presente investigación tiene como propósito, la **creación de una empresa productora y comercializadora de dulce de toronche en la ciudad de Loja**, la cual ofrecerá a sus consumidores un producto elaborado con materias primas de excelente calidad, con un sabor distinto al que ofrece en la actualidad el mercado como es el toronche, que logre la satisfacción de necesidades de nuestro mercado objetivo es decir la ciudad de Loja.

Con el fin de indagar en el mercado se realizó la aplicación de distintos métodos como el método inductivo y deductivo; los mismos que nos sirvieron para analizar toda la información recopilada y posteriormente realizar un estudio concreto para determinar los problemas y oportunidades existentes, así como también técnicas como la encuesta y entrevista a los involucrados en el consumo y distribución de este tipo de productos.

La utilización de todos estos métodos permitió llegar a la culminación del presente trabajo, ya que para lograrlo se tuvo que seguir los pasos de aplicación, comprensión y demostración del mismo.

En el estudio de mercado realizado en la ciudad de Loja, con una muestra de 397 familias y 8 distribuidoras de mermeladas y dulce elaboradas a base de fruta; tabuladas las encuestas se han analizado e inferido los resultados para luego realizar el análisis del mercado, determinando la Demanda Potencial, Demanda Real, Demanda Efectiva así como la Oferta y Demanda

Insatisfecha de dulce de fruta el cual permitió determinar que el proyecto puede y debe ejecutarse, por los resultados obtenidos en el análisis de la demanda, oferta y niveles de comercialización de este producto.

La capacidad instalada del proyecto determina que la empresa está en capacidad de producir 691200 envases de dulce de 250 gramos y cuya capacidad utilizada será de 166400 envases de 250 gramos de dulce de toronche, de los cuales se producirá en el primer año el 90% de la capacidad utilizada, además se determina la localización de la misma que estará ubicada en la ciudad de Loja, en las calles Jimbilla y Pedro de Leiva, sector La Banda (Norte). El proceso productivo demanda la utilización de máquinas y equipos adecuados, lo que será garantía para obtener productos de calidad y con precios accesibles.

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

Así mismo se desarrolló el estudio administrativo determinándose como una empresa de Responsabilidad Limitada y con la estructura orgánica funcional a los niveles jerárquicos, legislativo, ejecutivo, asesor, auxiliar, operativo, así como los manuales de funciones y organigramas que sirvieron para diseñar una buena estructura organizacional, ya que se contara con el siguiente

personal: gerente, secretaria-contadora, un conserje guardián, y el personal operativo que está integrado por dos obreros.

El proyecto alcanza una inversión de **41.885,18 dólares** y se financia con aportes de los socios y un préstamo que mantendrá el proyecto con el Banco de Loja que corresponde a 15.000 dólares a 5 años plazo, con pagos semestrales y a una tasa de interés del 15%.

La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: de acuerdo al **VAN** del presente proyecto nos da un valor positivo de **\$56919,80 dólares** lo que indica que el proyecto o inversión es conveniente, y el periodo de recuperación de capital RBC nos indica que la inversión se recupera en 1 año 7 meses y 1 día, lo que resulta conveniente para nuestra empresa.

Para el presente proyecto la **TIR es 60,37%** siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto y los valores de sensibilidad son menores que uno, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los costos e ingresos incrementados en **12,90%** y disminuidos en **10,24%**, es decir el proyecto no es sensible a estos cambios.

Posteriormente se plantean las conclusiones y recomendaciones más significativas del proyecto.

ABSTRACT

The aim of this research aims, the creation of a producer and marketer of fresh Toronche in the city of Loja, which will offer consumers a product made with raw materials of excellent quality, with a distinct flavor that currently it offers the market such as Toronche, which achieves the satisfaction of needs of our target market that is the city of Loja.

In order to investigate the market applying different methods such as inductive and deductive method was performed; the same that helped us to analyze all the information gathered and then make a specific study to identify challenges and opportunities, as well as techniques such as survey and interview those involved in the consumption and distribution of such products.

The use of these methods allowed to reach the culmination of this work, since to do so it had to follow the steps of implementation, understanding and demonstration of it.

In the market study in the city of Loja, with a sample of 397 families and 8 distributors and sweet jams made from fruit; Weighted surveys have been analyzed and applied its conclusions and then make the market analysis, determining the potential demand Demand Real, Effective Demand and Supply and unmet demand for fresh fruit which allowed us to determine that

the project can and should run by the results obtained in the analysis of demand, supply and marketing levels for this product.

The installed capacity of the project determines that the company is able to produce 691,200 bottles of fresh 250 grams and whose capacity utilization will be 166400 packages of 250 grams of sweet Toronche, which will occur in the first year 90% capacity utilization, also the location of it to be located in the city of Loja, in Jimbilla and Pedro de Leiva, sector La Banda (North) streets is determined. The production process requires the use of suitable equipment, which will guarantee for quality products and competitive pricing.

Moreover, the project engineering process diagrams determining the characteristics of operation as well as the technical requirements such as machinery, equipment, facilities, etc. develops

Also the administrative study determined as a limited liability company and functional organizational structure to the hierarchical levels, legislative, executive, consultant, assistant, operating as well as operating manuals and charts that were used to design a good structure is developed organizational, as it will feature the following personnel: manager, secretary-accountant, a janitor custodian, and the operating personnel is composed of two workers.

The project reaches a 41.885,18 dollars investment and is financed with contributions from the partners and a loan that will keep the project with the

Bank of Loja \$ 15,000 corresponding to 5 years, with semiannual payments and an interest rate of 15% .

The financial evaluation presents the following results: according to the NPV of this project gives us a positive value of \$ 56,919.80 US dollars indicating that the project or investment is convenient, and the recovery period indicates that RBC Capital investment recovered in 1 year 7 months and 1 day, which is suitable for our company.

For this project, the IRR is 60.37% and this satisfactory value for the project and the sensitivity values are less than one, thus not affecting the project changes in costs and revenues increased by 12.90% and decreased in 10.24%, ie the project is not sensitive to these changes.

Then the conclusions and recommendations of the project significant raise.

c. INTRODUCCIÓN

El presente proyecto tiene como principal propósito determinar la viabilidad técnica, operativa y rentable de la implementación de una empresa productora y comercializadora de dulce de Toronche, en la ciudad de Loja. La siguiente investigación se realizó con la finalidad de aprovechar la oportunidad de negocio que puede brindar la utilización de productos agrícolas que no son comunes en su comercialización como base para su transformación generando nuevos productos, permitiendo generar emprendimientos y por ende crear fuentes de trabajo.

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

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

Titulo el mismo que comprende la razón de ser del presente proyecto de investigación es decir **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE DULCE DE TORONCHE EN LA CIUDAD DE LOJA”**; el **Resumen** , el mismo que indica los aspectos principales del proceso investigativo , en idioma español e inglés; la **Introducción**, aquí se hace la presentación del

trabajo señalando la importancia del tema, la estructura en la que se refleja todo el trabajo de tesis, seguidamente se encuentra **la revisión de literatura** , donde se describen los aspectos relacionados al tema como son la historia del toronche, origen, propiedades, así como también temas que abarcan todo lo relacionado con proyectos de inversión, que nos proporcionaron información clara y oportuna para el desarrollo adecuado del proyecto .

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

Se desarrollaron cuatro estudios que en conjunto facilitaron determinar la factibilidad de inversión del proyecto, a través de: **estudio de mercado**, el cual contiene el análisis de las demandas, ofertas, demanda insatisfecha así como también el plan de comercialización más idóneo para la empresa; **el estudio técnico**, el cual contiene la capacidad instalada y utilizada, tamaño y localización de la planta y los requerimientos técnicos necesarios para la producción; **el estudio legal y administrativo**, donde consta la organización legal y estructura administrativa de la empresa, se establece el nombre de la misma y se elabora los organigramas y manual de funciones donde consta el cargo y funciones que debe desempeñar cada miembro en la empresa y **el estudio financiero**, donde se establecen en detalle los presupuestos generales, se calcula la inversión inicial del proyecto, para luego realizar la

evaluación financiera donde establecemos el VAN, PRC, TIR, RBC y el análisis de sensibilidad con el incremento en los costos y la disminución en los ingresos.

Además fue importante la elaboración de la **discusión, conclusiones** y recomendaciones, en las que realizo una síntesis de los aspectos más relevantes del proyecto, donde fue posible dar solución a problemas encontrados en el presente estudio.

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

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

d. REVISIÓN DE LITERATURA

1. MARCO REFERENCIAL

1.1. ESTUDIO GENERAL DEL TORONCHE

1.1.1. HISTORIA

Durante siglos ciertos cultivos fueron la base alimenticia de ciertas poblaciones andinas hasta la llegada de los españoles, periodo en que las especies nativas fueron reemplazadas por especies exóticas traídas de Europa, dejando relegado a más de una docena de raíces y tubérculos , verduras, granos y varios frutos nativos. Hoy en día a pesar de la predominancia de los cultivos introducidos, todavía persisten cultivos tradicionales en los altos Andes y valles interandinos los cuales siguen siendo el alimento de ciertas comunidades indígenas. Por ejemplo es posible encontrar una variedad de *Vasconcellea* entre las cuales tenemos al toronche especie nativa del sur del Ecuador que no ha sido cultivada a gran escala. (Morales, 2004). Crece en las estribaciones occidentales de la cordillera oriental y occidental de la cordillera de los Andes entre los 2000 y 2800 en zonas húmedas y montañas. (Cabrera, 1999).

1.1.2. ORIGEN

Los países del norte de Suramérica cuentan con una amplia diversidad de especies y formas de *Carica*, donde, además de papaya, *C. papaya* L., que es el representante de la Familia con mayor importancia económica, se encuentran las papayuelas o papayas de altura, algunas 6 de importancia

económica regional, entre ellas se cuentan: *C. goudotiana* (Tr. et Pl.) solms, *C. microcarpa* Jacquin, *C. pubescens* (A. DC.) solms, *C. stipulata* Badillo, y el babaco, híbrido natural denominado *Carica x heilbornii* Badillo nm. *Pentagona* (Heilborn.) Badillo; esta última cultivada tanto en Suramérica como en Nueva Zelanda, Australia, cuyas formas cultivadas proceden del Ecuador y sur de Colombia, aunque se han registrado híbridos similares en la sabana de Bogotá. Se encuentran en esta zona algunas especies de los géneros *Jacaratia* y *Vasconcellea*.

El toronche es una fruta que se la puede encontrar en distintas regiones del país como son El Oro, Loja y Azuay, con mayores producciones del fruto en la provincia de Loja, la comuna Cochechorral cuenta con una plantación aproximadamente 1700 hectáreas, con el objetivo de mejorar el fruto e incentivar a la industrialización en otras provincias (Fernando, 2005)

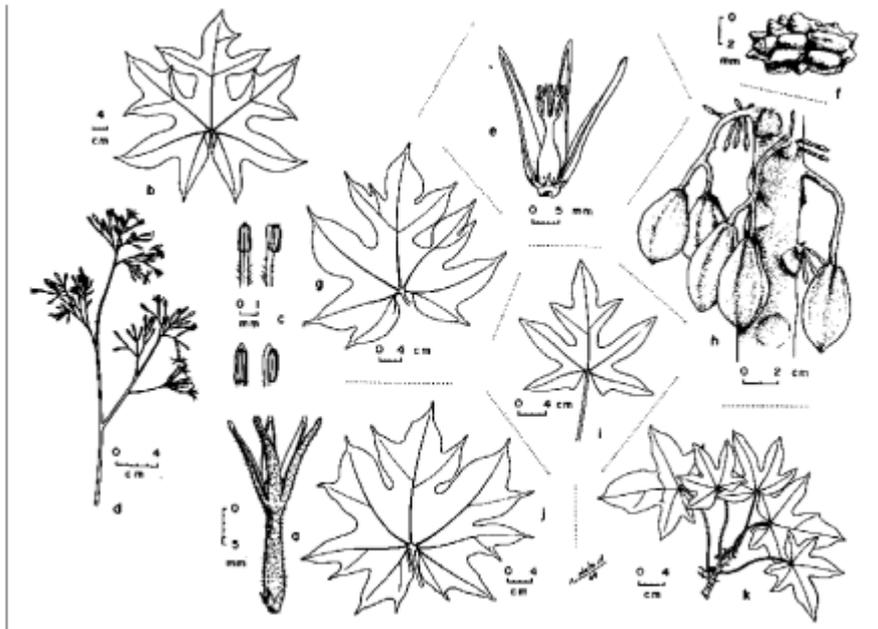
1.2 GENERALIDADES DE LA FAMILIA DE LAS (Vasconcelleas)

Características

Porte: árboles o arbustos con tallos blandos, poseen látex lechoso; dioicos, raro monoico.

Hojas: alternas, grandes, palmadas, largamente pecioladas, sin estípulas.

Gráfico N° 1 Tipos de hojas de las (Vasconcelleas)



Fuente: Badillo 1993

Flores: solitarias, o en cimas, imperfectas, raro perfectas, hipóginas.

Gráfico N° 2 Flor de las (Vasconcelleas)



Fuente: Salas 2001

Perianto: cáliz, 5 sépalos soldados; corola, 5 pétalos libres o soldados.

Androceo: estambres, 5-10 libres, soldados a los pétalos. Gineceo: ovario súpero, carpelos, 5 soldados, óvulos, parietales. Estilo corto con 5 estigmas.

Las especies del género *Vasconcellea* pueden encontrarse en estado silvestre, en una amplia área de distribución ecológica. En el Ecuador están presentes 15 especies del género *Vasconcellea*, 9 de ellas en el sur del país en una área de 39.987 km². (Proaño, 2007)

(Press, 1989), Menciona que” (*Vasconcellea* sp) Crece en áreas que van desde mesetas abiertas, secas, expuestas a los vientos, hasta bosques húmedos, sombreados. Y resiste hasta (-3°C) sin sufrir daños serios”.

Gráfico Nº 3 Variedad de frutos de la familia *Vasconcellea*



Fuente: Scheldeman 2005.

1.3. CARACTERÍSTICAS DEL LÁTEX DE LAS VASCONCELLEAS

“El látex es un fluido lechoso, de color blanquecino, no muy denso, presente en hojas, tallo y frutos” (Marcillo, 2005). En el látex de las Vasconcelleas de altura se encuentra como enzima proteolítica la papaína y cuyo grado de pureza y concentración es determinado por la presencia de bencilglucosinolato, además de otras enzimas de importancia tales como: la quimiopapaína, la pectina estearasa, invertasa y peroxidasa.

Las plantas de este género son potencialmente ricas en pectina y papaína que son productos de gran interés y demanda industrial. Se le han calculado rendimientos del 4.6% con base en pectina y se ha logrado obtener papaína pura con actividad proteolítica de 8.1 unidades (unidades/mg de papaína cruda necesaria para coagular 10 cc, de caseína a 40° C en 1 minuto).

Gráfico N° 4 Extracción del látex del Toronche



Fuente: Proaño 2007

1.3.1 ENZIMAS

“Son catalizadores específicos, cada enzima cataliza un solo tipo de reacción y casi siempre actúa sobre un único sustrato o sobre un grupo muy reducido de ellos” (Boyer, 2000)

1.3.2. PROTEASAS

Conocidas también como peptidasas o enzimas proteolíticas catalizan reacciones de hidrólisis, que rompen los enlaces peptídicos de las proteínas o de las cadenas poli peptídicas. Las proteasas se encuentran en organismos vivos, están implicadas en una gran variedad de reacciones fisiológicas.

Las proteasas se clasifican en: Endopeptidasas o proteinasas y exopeptidasas. Las endopeptidasas hidrolizan a las proteínas en las regiones interiores de su cadena peptídica. Según su mecanismo catalítico se clasifican en:

- Serinoproteinasas
- Cisteinoproteinasas
- Asparticoproteinasas
- Metaloproteinasas

1.3.3. CISTEINOPROTEINASAS

Se encuentran en el reino vegetal especialmente en las plantas de la familia de las caricaceae, Bromeliaceae. Dentro de este grupo se encuentran algunas enzimas de importancia industrial como la papaína, la quimiopapaína, la bromelina y la ficina.

1.3.4. PAPAÍNA

Se caracteriza por ser un polvo amorfo, granuloso de color blanco, grisáceo o parduzco; ligeramente higroscópico e insoluble en agua y en la mayoría de solventes orgánicos. Es soluble en alcohol etílico y metílico.

La papaína bruta, contiene un poco de agua, glúcidos, ácidos orgánicos y una mezcla de enzimas, dónde destacan las denominadas proteasas que actúan rompiendo los enlaces peptídicos en cualquier lugar de la cadena peptídica en la que se encuentren situados (endopeptidasas).

También contiene pequeñas cantidades de otros enzimas: papaya peptidasa A, lipasa y lisozima (enzima que rompe las paredes de las células bacterianas).

1.3.5. QUIMOPAPAINA

“Es la endopeptidasas más abundante que se encuentra en el látex de las caricáceas” (Campos, 2001)

1.3.6 BROMELINA

“Posee diversas aplicaciones industriales. Esta enzima es utilizada en hidrolizados de proteínas para alimentación animal y humana. En la industria alimenticia se utiliza para ablandar las envolturas de las salchichas” (Hernandez, 2007)

1.4. DESCRIPCIÓN BOTÁNICA DEL TORONCHE

1.4.1 TRONCO

Es recto, cilíndrico, tamaño pequeño y semileñoso. Su color es verde cuando es joven y de color marrón- grisáceo cuando la planta es más adulta. Alcanza 3 metros de altura y en algunas ocasiones puede alcanzar hasta 10 metros de altura (Press, 1989)

Gráfico N° 5 Tronco Del Toronche

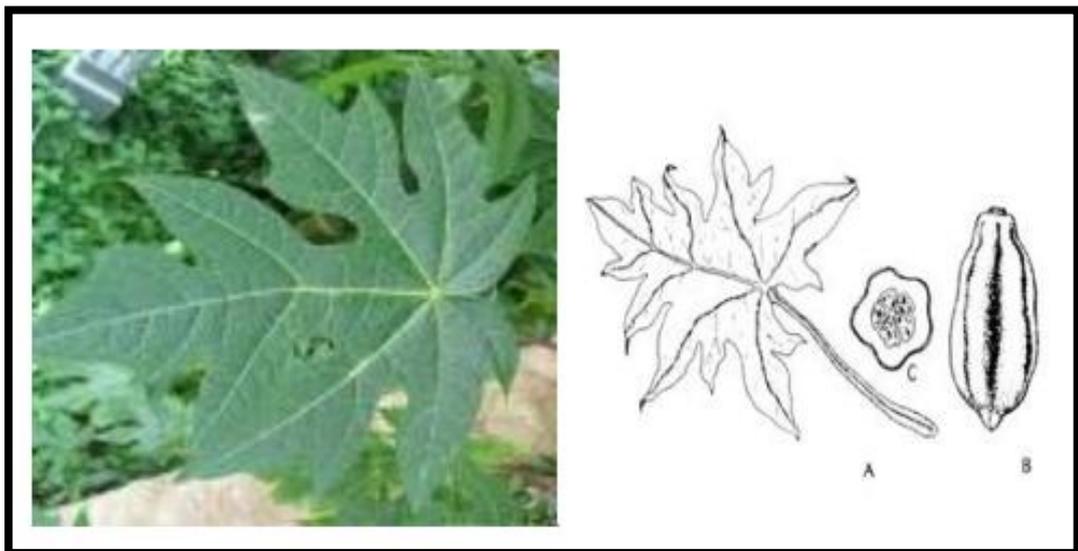


Fuente: Scheldeman 2005

1.4.2 HOJAS

Son alternas, lobuladas con 5 o 7 lóbulos, pecíolo largo y nerviación marcada El crecimiento de esta planta es continua, y sus hojas nacen en su parte superior. La vida media de una hoja es entre 4 y 6 meses, van degenerando y caen gradualmente.

Gráfico N° 6 Hoja de la planta del Toronche

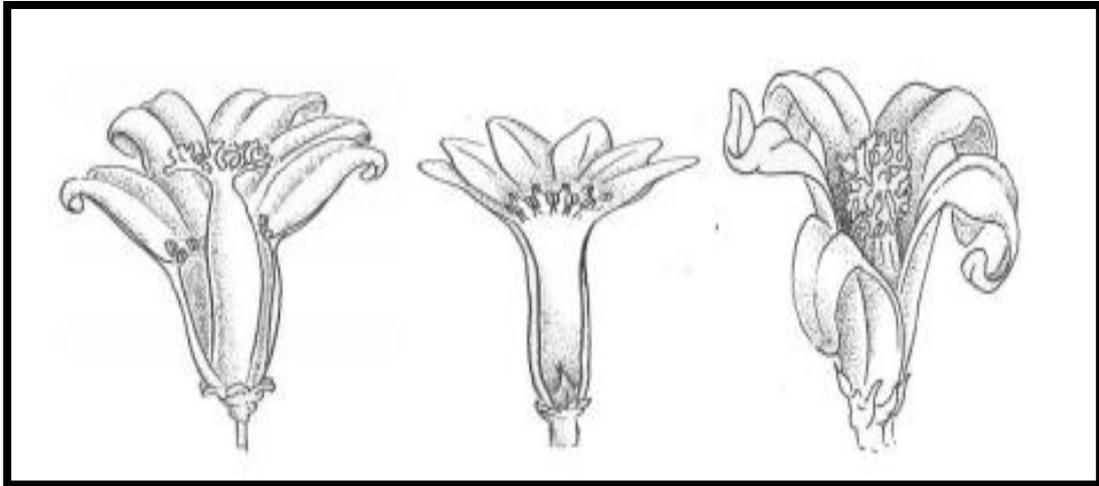


Fuente: Cevallos 2001

1.4.3. FLORES

Son femeninas, no necesitan polinización para producir el fruto, solitarias, de forma acampanada y tallo largo y pendular, con pétalos blanco-amarillento verdoso y sépalos verde oscuro; aparecen en las axilas de las hojas.

Gráfico N° 7 Flores de la planta del Toronche



Fuente: (Vizinis, 1987)

1.4.4. FRUTO

Es una baya sin semilla, de forma alargada y sección pentagonal, que puede medir hasta 20 cm. de largo y 6 cm. de diámetro. La parte externa es verde cuando el fruto está creciendo y amarilla cuando madura. La pulpa es muy jugosa, de color crema y olorosa, con sabor ligeramente ácido y poco dulce, similar a la piña, la fresa y la naranja.

Gráfico N° 8 fruto (toronche)



Fuente: Scheldeman 2005

1.5. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CULTIVO DEL TORONCHE

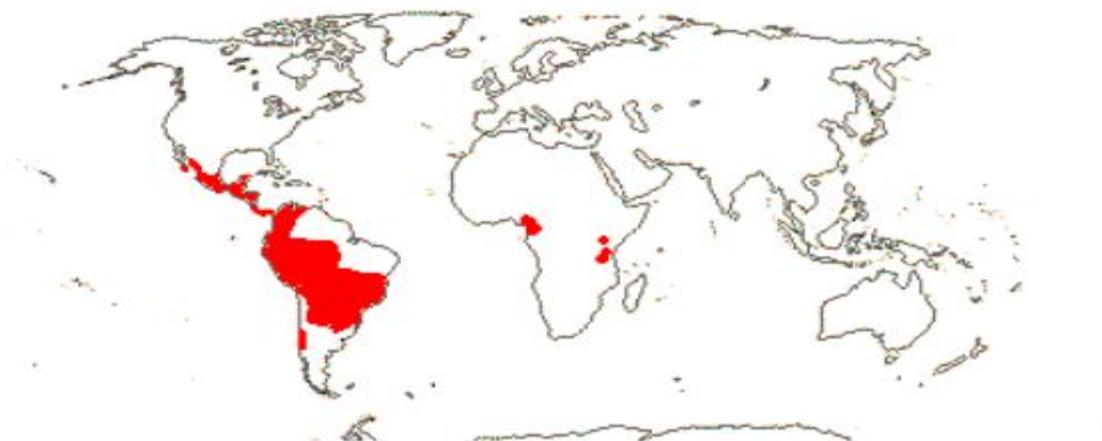
1.5.1. CLIMA: Tropical seco, hasta bosques húmedos subtropicales y regiones templadas.

1.5.2. TEMPERATURA: La temperatura media de las zonas de cultivo oscila entre 15 y 20°C. Hay que destacar que en la zona ecuatorial hay unas oscilaciones térmicas entre día y noche que en algunos casos puede llegar a los 18°C. (Camacho, 1982)

1.5.3. ZONAS DE CULTIVO Y PRODUCCIÓN

En la mayoría de los casos, las papayuelas de aroma son árboles frutales cultivados aisladamente en pequeños huertos de agricultores andinos, donde la producción se destina especialmente al consumo doméstico o local; a pesar de 18 la multiplicidad de posibilidades de aprovechamiento tanto de la fruta como de sus metabolitos secundarios, que al ser industrializados generan un valor agregado con gran aceptación en el mercado local con miras a llegar al mercado internacional. La papayuelas de aroma las encontramos en el Ecuador como planta silvestre, principalmente en la Provincia de Loja, en otras provincias se la encuentra ocasionalmente en huertos caseros en un número reducido. (Press, 1989).

Gráfico N° 9 Zonas de cultivo y producción del Toronche en el Ecuador



1.6 USOS DEL TORONCHE .El Toronche (*Vasconcellea stipulata*) es una fruta poco conocida en nuestro país con excelentes características

nutricionales pero muy útil a la hora de realizar preparaciones gastronómicas. De acuerdo a investigaciones el Toronche es una fruta con altas propiedades fotoquímicas que contribuyen en el organismo del ser humano y en el desarrollo químico con el fin de obtener nuevos productos químicos o alimenticios que proporciona el enzima papaínico.

- Dulce de toronche verde en conserva
- Néctar de fruta del toronche
- Tisanas aromáticas de toronche
- Vino espumoso de toronche
- Crema dermatológico exfoliante.

1.7 PROPIEDADES NUTRICIONALES DEL TORONCHE

1.7.1 CUADRO Nº 10 VALOR NUTRICIONAL DEL TORONCHE

COMPONENTE	CANTIDAD	UNIDAD
Agua	93,5	g
proteínas	0,7	g
grasa	0,1	g
carbohidratos	3,9	g
fibra	1,2	g
ceniza	0,6	g
calcio	10	mg
Fósforo	11	mg
Hierro	0,3	mg
Vitamina A	100	U.I.
Tiamina	0,02	mg
Riboflavina	0,03	mg
Niacina	0,6	mg
Ácido ascórbico	70	mg
Calorías	16	
Fibra alimentaria (g/100g comest.) y colesterol (mg/100g de comest.)		
Fibra alimentaria insoluble 0,70		
Fibra alimentaria soluble 0,38		
Colesterol 0,00		
Todo el alimento 1,08		

1.7.2 Agua

Más del 80% y hasta el 90% de la composición de la fruta es agua. Debido a este alto porcentaje de agua y a los aromas de su composición, la fruta es muy refrescante.

1.7.3 Proteínas

Son vitales para las funciones corporales básicas, incluyendo la regeneración celular y la reparación, mantenimiento y regulación de tejidos, producción enzimas y hormonas, equilibrio de fluidos, y el suministro de energía. El Toronche tiene 0.7% de proteínas.

11.7.4 Grasa

Las grasas son un tipo de nutriente que se obtiene de la alimentación. Son una fuente concentrada de calor y energía a la que el cuerpo recurre cuando lo necesita. Cada gramo de grasa provee al organismo 9 calorías, que representan más del doble de las que aportan los hidratos de carbono y las proteínas. (Garcia, 2009)

1.7.5 Carbohidratos

Los carbohidratos son considerados como un tipo de nutriente que proporciona energía al cuerpo humano, el contenido en glúcidos puede variar según la especie y también según la época de recolección.

1.7.6. Fibra

El 2% de la fruta es fibra dietética. Los componentes de la fibra vegetal que podemos encontrar en las frutas son principalmente pectinas y hemicelulosa. La piel de la fruta es la que posee mayor concentración de fibra.

1.7.7. Calcio

El calcio en nuestro organismo se encuentra en mayor cantidad (99%) formando tejidos duros: huesos y dientes; el resto se encuentra como parte de los tejidos blandos y de los líquidos del organismo. (Dihigo, 1991).

1.7.8. Fósforo

Este mineral es el segundo en concentración en el organismo. Interviene en la metabolización del calcio. Su función principal está relacionada con el buen funcionamiento de la glándula paratiroidea.

1.7.9. Hierro

La cantidad de hierro que nuestro organismo necesita es sumamente pequeña, pero como su absorción es baja, ya que generalmente sólo se absorbe alrededor del 10% ingerido.

1.7.10. Vitamina A

Las vitaminas aportan a la dieta una proporción relativamente importante de vitaminas C y A. El β - caroteno, provitamina A, se encuentra en grandes cantidades en algunas frutas, son pigmentos naturales que podemos

encontrar en ciertas frutas y hortalizas de color rojo, naranja y amarillo , el β caroteno es una forma química requerida por el cuerpo para la formación de la vitamina –A. (Dihigo, 1991)

1.8. PROPIEDADES DEL GÉNERO (VASCONCELLEAS) – TORONCHE

1.8.1 PROPIEDADES FITOQUÍMICAS

El fruto, látex, semilla y raíz de las Vasconcelleas poseen propiedades farmacológicas que actúan como: analgésico, antibiótico, amebicida, cardiotónico, digestivo, emenagogo, febrífugo, hipotensivo, laxativo, expectorante, estomáquico y vermífugo. Además la infusión que se obtiene de las hojas se le atribuye propiedades cardiotónicas. El té de hojas es considerado digestivo e hipotensivo; las hojas picadas se usan como antiséptico. Las semillas del fruto maduro contienen principios activos que minimizan la producción espermática y disminuyen la capacidad de fertilización, hasta en un 40%, una docena de semillas ingeridas o su mezcla de látex con miel de abeja, se emplean como vermífugas, es decir antiparasitarias, bactericidas y bacteriostáticas. (Robles, 2001)

1.8.1.1. PROPIEDAD MEDICINAL

“La principal aplicación medicinal que se le atribuye a las papayuelas de aroma (chamburo y toronche) es tener excelentes efectos estomacales en desarreglos intestinales tales como diarrea y disentería”. El consumo del fruto como remedio popular está ampliamente difundido, sobre todo por sus propiedades digestivas. Regula la función estomacal, puede ser utilizado

como laxante ligero, tiene efecto lubricante y estimula los movimientos peristálticos del intestino. Se le atribuyen propiedades bacterioestáticas e inclusive antiparasitarias. Se le confieren además propiedades cicatrizantes y anti inflamatorias.

La papaína enzima presente en este tipo de Vasconcelleas, es recomendada en casos de gastritis o debilidad duodenal por su acción proteolítica que actúa con una similitud que los ácidos gástricos presentes en el estómago. Ayuda a diluir tumores cancerosos y linfáticos, de igual manera estudios comparativos muestran un buen efecto en disolver hernias de disco y formaciones anormales que se producen en las arterias (arterioesclerosis), también es un agente desinflamatorio en casos de infecciones y traumatismos. Elimina materias proteicas causadas por derrames (hematomas y líquidos extravasados por golpes y contusiones).

1.8.1.2. PROPIEDAD COSMETOLÓGICA

La papayuela es apreciada por sus propiedades suavizantes, hidratantes, regenerativas y exfoliantes y por su importante contenido de carotenos, precursores de vitamina A y por la actividad como antirradical libre de los mismos. Se ha empleado su uso en: shampoos y acondicionadores para cabello maltratado, reseco o sin cuerpo, en productos suavizantes para manos y cuerpo, en productos faciales para piel sensible o delicada y en productos auxiliares contra celulitis.

2. MARCO CONCEPTUAL

2.1 Empresa

La empresa “es una organización social que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos”. El autor menciona que la empresa “es una organización social por ser una asociación de personas para la explotación de un negocio y que tiene por fin un determinado objetivo, que puede ser el lucro o la atención de una necesidad social” (Chiavenato)

2.1.1 Tipos de empresas

Los criterios más habituales para establecer una tipología de las empresas, son los siguientes:

a. Según el Sector de Actividad:

- **Empresas del Sector Primario:** También denominado extractivo, ya que el elemento básico de la actividad se obtiene directamente de la naturaleza: agricultura, ganadería, caza, pesca, extracción de áridos, agua, minerales, petróleo, energía eólica, etc.
- **Empresas del Sector Secundario o Industrial:** Se refiere a aquellas que realizan algún proceso de transformación de la materia prima.

Abarca actividades tan diversas como la construcción, la óptica, la maderera, la textil, etc.

- **Empresas del Sector Terciario o de Servicios:** Incluye a las empresas cuyo principal elemento es la capacidad humana para realizar trabajos físicos o intelectuales. Comprende también una gran variedad de empresas, como las de transporte, bancos, comercio, seguros, hotelería, asesorías, educación, restaurantes, etc.

b. Según el Tamaño: Existen diferentes criterios que se utilizan para determinar el tamaño de las empresas, como el número de empleados, el tipo de industria, el sector de actividad, el valor anual de ventas, etc. Sin embargo, e indistintamente el criterio que se utilice, las empresas se clasifican según su tamaño en:

- **Grandes Empresas:** Se caracterizan por manejar capitales y financiamientos grandes, por lo general tienen instalaciones propias, sus ventas son de varios millones de dólares, tienen miles de empleados de confianza y sindicalizados, cuentan con un sistema de administración y operación muy avanzado y pueden obtener líneas de crédito y préstamos importantes con instituciones financieras nacionales e internacionales.
- **Medianas Empresas:** En este tipo de empresas intervienen varios cientos de personas y en algunos casos hasta miles, generalmente

tienen sindicato, hay áreas bien definidas con responsabilidades y funciones, tienen sistemas y procedimientos automatizados.

- **Pequeñas Empresas:** En términos generales, las pequeñas empresas son entidades independientes, creadas para ser rentables, que no predominan en la industria a la que pertenecen, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que las conforman no excede un determinado límite.
- **Microempresas:** Por lo general, la empresa y la propiedad son de propiedad individual, los sistemas de fabricación son prácticamente artesanales, la maquinaria y el equipo son elementales y reducidos, los asuntos relacionados con la administración, producción, ventas y finanzas son elementales y reducidos y el director o propietario puede atenderlos personalmente.

c. **Según la Propiedad del Capital:** Se refiere a si el capital está en poder de los particulares, de organismos públicos o de ambos. En sentido se clasifican en:

- **Empresa Privada:** La propiedad del capital está en manos privadas.
- **Empresa Pública:** Es el tipo de empresa en la que el capital le pertenece al Estado, que puede ser Nacional, Provincial o Municipal.
- **Empresa Mixta:** Es el tipo de empresa en la que la propiedad del capital es compartida entre el Estado y los particulares.

d. Según el ámbito de Actividad: Esta clasificación resulta importante cuando se quiere analizar las posibles relaciones e interacciones entre la empresa y su entorno político, económico o social. En este sentido las empresas se clasifican en:

- **Empresas Locales:** Aquellas que operan en un pueblo, ciudad o municipio.
- **Empresas Provinciales:** Aquellas que operan en el ámbito geográfico de una provincia o estado de un país.
- **Empresas Regionales:** Son aquellas cuyas ventas involucran a varias provincias o regiones.
- **Empresas Nacionales:** Cuando sus ventas se realizan en prácticamente todo el territorio de un país o nación.
- **Empresas Multinacionales:** Cuando sus actividades se extienden a varios países y el destino de sus recursos puede ser cualquier país

e. Según el Destino de los Beneficios: Según el destino que la empresa decida otorgar a los beneficios económicos (excedente entre ingresos y gastos) que obtenga, pueden categorizarse en dos grupos:

- **Empresas con ánimo de Lucro:** Cuyos excedentes pasan a poder de los propietarios, accionistas, etc...

- **Empresas sin ánimo de Lucro:** En este caso los excedentes se vuelcan a la propia empresa para permitir su desarrollo
- f. **Según la Forma Jurídica:** En ese sentido, las empresas se clasifican en:
- a. **Unipersonal:** El empresario o propietario, persona con capacidad legal para ejercer el comercio, responde de forma ilimitada con todo su patrimonio ante las personas que pudieran verse afectadas por el accionar de la empresa.
 - b. **Sociedad Colectiva:** En este tipo de empresas de propiedad de más de una persona, los socios responden también de forma ilimitada con su patrimonio, y existe participación en la dirección o gestión de la empresa.
 - c. **Cooperativas:** No poseen ánimo de lucro y son constituidas para satisfacer las necesidades o intereses socioeconómicos de los cooperativistas, quienes también son a la vez trabajadores, y en algunos casos también proveedores y clientes de la empresa.
 - d. **Comanditarias:** Poseen dos tipos de socios: a) los colectivos con la característica de la responsabilidad ilimitada, y los comanditarios cuya responsabilidad se limita a la aportación de capital efectuado
 - e. **Sociedad de Responsabilidad Limitada:** Los socios propietarios de éstas empresas tienen la característica de asumir una responsabilidad

de carácter limitada, respondiendo solo por capital o patrimonio que aportan a la empresa.

- f. Sociedad Anónima:** Tienen el carácter de la responsabilidad limitada al capital que aportan, pero poseen la alternativa de tener las puertas abiertas a cualquier persona que desee adquirir acciones de la empresa. Por este camino, estas empresas pueden realizar ampliaciones de capital, dentro de las normas que las regulan. (Elio, 2006)

2.2 LOS PROYECTOS DE INVERSION

Son una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias.

Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal.

Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios. (Clements, 2007)

2.2.1 FASES O ETAPAS DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN

El estudio del mercado: El objetivo aquí es estimar las ventas. Lo primero es definir el producto o servicio: ¿Qué es?, ¿Para qué sirve?, ¿Cuál es su "unidad": piezas, litros, kilos, etc.?, después se debe ver cuál es la demanda de este producto, a quien lo compra y cuanto se compra en la ciudad, o en el área donde está el "mercado". (Kotler Philip, 2004)

El estudio técnico: El objetivo de aquí es diseñar como se producirá aquello que venderás. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar cómo se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial. (Kotler Philip, 2004)

El estudio financiero: Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable? Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar maquinas más baratas o gastar menos. (Kotler Philip, 2004).

El estudio de organización: Este estudio consiste en definir como se hará la empresa, o que cambios hay que hacer si la empresa ya está formada.

- ✓ Qué régimen fiscal es el más conveniente.
- ✓ Qué pasos se necesitan para dar de alta el proyecto.
- ✓ Como organizaras la empresa cuando el proyecto esté en operación. (Kotler Philip, 2004)

2.2.1.1 EL ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado "consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización"

Randall, define el estudio de mercado de la siguiente manera: "La recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing"

2.2.1.2 DEMANDA

La demanda se define como la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio en una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir, en esas circunstancias. En este punto interviene la variación que se da por efecto de los volúmenes consumidos. A mayor volumen de compra se debe obtener un menor precio. Es bajo estas circunstancias como se satisfacen las necesidades de los consumidores frente a la oferta de los vendedores. La demanda tiene, modalidades que ayudan a ubicar al oferente de bienes y servicios, en función de las necesidades de los demandantes. (Kotler Philip, 2004)

2.2.1.3 OFERTA

La oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que se ponen a la disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para que, en función de éstos, aquél los adquiera. Así, se habla de una oferta individual, una de mercado o una total. En el Estudio de Mercado, lo que interesa es saber cuál es la oferta existente del bien o servicio que se desea introducir al circuito comercial, para determinar si los productos/servicios que se proponen colocar en el mercado cumplen con las características deseadas por el público. (Kotler Philip, 2004)

2.3 PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Producto: es la comercialización del bien, cualquier cosa que pueda ofrecerse para satisfacer una necesidad o deseo. Abarca objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas. (Padilla, 2006)

La política de producto incluye el estudio de 4 elementos fundamentales:

- ✓ La cartera de productos
- ✓ La diferenciación de productos
- ✓ La marca
- ✓ La presentación

Precio: Al precio se lo define como “la manifestación en valor de cambio de un bien expresado en términos monetarios, o como la cantidad de dinero que es necesario entregar para adquirir un bien” (Jáuregui, 2010). (Padilla, 2006)

- ✓ Los costes de producción, distribución.
- ✓ El margen que desea obtener.

Plaza o Distribución: (Padilla, 2006) Es la transferencia de un bien o servicio del productor al consumidor o usuario industrial. Las decisiones sobre el canal de distribución o comercialización se encuentran entre las más importantes que debe tomar la administración, pues afecta de manera directa todas las demás decisiones de mercadotecnia. (Padilla, 2006)

- ✓ **Canales de distribución.** Los agentes implicados en el proceso de mover los productos desde el proveedor hasta el consumidor.
- ✓ **Planificación de la distribución.** La toma de decisiones para implantar una sistemática de cómo hacer llegar los productos a los consumidores y los agentes que intervienen (mayoristas, minoristas).
- ✓ **Distribución física.** Formas de transporte, niveles de stock, almacenes, localización de plantas y agentes utilizados.

Promoción: La comunicación persigue difundir un mensaje y que éste tenga una respuesta del público objetivo al que va destinado. Los objetivos principales de la comunicación son:

- Comunicar las características del producto.
- Comunicar los beneficios del producto.
- Que se recuerde o se compre la marca/producto. (Padilla, 2006)

2.4 ESTUDIO TÉCNICO

“El objetivo central de estudio técnico es determinar si es posible elaborar y vender el producto/servicio con la calidad, cantidad y costo requeridos. Para ello, es necesario identificar tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materias primas, suministros, consumos unitarios, procesos, recursos humanos en cantidad y calidad, proveedores, etc. (VARELA, 2008)

El estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal. (URBINA, 2006)

2.4.1 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO DE LA PLANTA.

2.4.1.1 Capacidad instalada:

“Se expresa a través de un indicador que refleja el número de unidades producidas por unidas de tiempo, está condicionado al número de máquinas o equipos que posee la empresa y volumen de producción que pueden llegar

a generan en condiciones óptimas, teniendo en cuentas los tiempos de producción, flujo de materiales, mano de obra directa disponible entre otros.”

2.4.1.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

“La localización óptima de un proyecto es lo que contribuye en mejor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social).

2.4.1.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

El objetivo fundamental es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva.

2.4.1.4 PROCESO DE PRODUCCIÓN

El proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos. (URBINA, 2006)

2.4.1.5 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Una buena distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que

mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.

2.5 ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo.

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión el cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción. (URBINA, 2006)

2.5.1 PRESUPUESTOS

Los presupuestos constituyen la expresión cuantitativa formal de los objetivos que se propone alcanzar la administración de la empresa en un período, con la adopción de las estrategias necesarias para lograrlos. (BURBANO RUIZ)

2.5.1.1 Presupuestos de Inversión

La inversión está definida como el monto de los recursos necesarios para la ejecución del proyecto, los cuales comprenden: activos fijos, activos diferidos

y capital de trabajo. Para que el rendimiento de los recursos se considere óptimo debe ser igual o mayor al rendimiento que esa misma inversión obtendrá si se la destina a una actividad alternativa de similar riesgo.

2.5.1.1.1 Activos Fijos

Las inversiones en activos fijos son aquellas que se realizan sobre bienes tangibles de naturaleza permanente, estable, no están disponibles para la venta, tienen un costo representativo y poseen un carácter operativo para la empresa, ya que se utilizarán en el proceso de transformación de las materias primas o servirán de apoyo para la operación normal del proyecto. Para efectos contables, los activos fijos, excepto los terrenos, están sujetos a depreciación; el terreno normalmente tiende a aumentar de precio por el desarrollo urbano a su alrededor.

2.5.1.1.2 Activos Intangibles

Los activos intangibles o diferidos constituyen derechos exclusivos que la empresa utilizará sin restricciones para su funcionamiento o actividades productivas. Dentro de los activos fijos intangibles se encuentran el estudio técnico, gastos de constitución, puesta en marcha y gastos de capacitación, los cuales son necesarios para el desarrollo del proyecto.

Los activos intangibles se amortizan. La amortización es una cuota fija que se establece por periodo contable, como consecuencia de inversiones o gastos anticipados, los que no son imputables en un solo año (periodo

contable); permitiendo de esta manera a la empresa la racionalización o prorrateo del gasto en función del tiempo estipulado por la ley.

2.5.1.1.3 Capital de Trabajo

La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados (SAPAG CHAIN)

2.5.1.2 Presupuestos de operación

Incluyen la presupuestación de todas las actividades de la empresa para el período siguiente al cual se elabora y cuyo contenido a menudo se resume en un estado de pérdidas y ganancias proyectadas.

2.5.1.2.1 Presupuestos de Ingresos

El presupuesto de ingresos, se obtiene de acuerdo al precio promedio y la demanda insatisfecha del producto, derivados del estudio de mercado, el cual representa el soporte del programa de producción y constituye el cimiento de los estimativos acerca del consumo de los usuarios.

2.5.1.2.2 Presupuestos de Egresos

Constituyen las diversas categorías de costos y presupuestos que asume la empresa para llevar a cabo el proceso de producción de semillas de alfalfa, los cuales están relacionados con: remuneración del trabajo, consumos de

materias primas, control de calidad, mantenimiento de recursos físicos y gastos indirectos de fabricación.

2.5.2 FINANCIAMIENTO

La decisión de financiar el proyecto significa determinar de qué fuentes se obtendrá los fondos para cubrir la inversión inicial y, eventualmente, quién pagara costos y recibirá los beneficios del proyecto. Una vez conocido el monto de la inversión se hace necesario buscar las fuentes de financiamiento, para ello se tiene dos fuente. (Padilla, 2006)

- ✓ Fuente interna, constituida por el aporte de los socios
- ✓ Fuente externa, constituida normalmente por las entidades financieras estatales y privadas.

2.5.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

“La Evaluación Financiera es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto. (Padilla, 2006)

2.5.4 Criterios de Evaluación

Consiste en comparar los beneficios proyectados asociados a una decisión de inversión con su correspondiente flujo de desembolsos proyectados. (Espinoza, 2007)

2.5.4.1 VAN (Valor Actual Neto)

Es aquel que permite determinar la valoración de una inversión en función de la diferencia entre el valor actualizado de todos los cobros derivados de la inversión y todos los pagos actualizados originados por la misma a lo largo del plazo de la inversión realizada.

El VAN consiste en convertir los beneficios futuros a su valor presente, considerando un porcentaje fijo que representa el valor del dinero en el tiempo, es decir la diferencia entre los beneficios y los costos traídos a su valor equivalente en el año cero es el Valor Actual Neto.

La fórmula para obtener el VAN es:

$$\text{VAN} = \text{SFNA} - \text{INVERSIÓN INICIAL}$$

Los criterios de decisión del VAN determinan lo siguiente:

- $\text{VAN} > 0$; el proyecto es atractivo ya que el rendimiento de los dineros invertidos es mayor que la tasa de rendimiento i , es decir, el proyecto arroja un beneficio aún después de cubrir el costo de oportunidad de las alternativas de inversión.
- $\text{VAN} = 0$; el proyecto también es aceptable ya que el rendimiento de los dineros invertidos es exactamente igual a la tasa de rendimiento i .

- VAN < 0; el proyecto es inconveniente ya que el rendimiento de los dineros invertidos es menor que la tasa de rendimiento i .

2.5.4.2 Tasa Interna de Retorno

La TIR de un proyecto se define como aquella tasa que permite descontar los flujos netos de operación e igualarlos a la inversión inicial, es decir la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero o a su vez que el valor presente de los flujos de caja que genere el proyecto sea exactamente igual a la inversión realizada. La tasa interna de retorno puede calcularse con la siguiente formula:

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

2.5.4.3 Relación Beneficio / Costo

Representa el rendimiento que genera el proyecto expresado en el número de unidades monetarias recuperado por cada unidad de inversión.

La estimación de la razón beneficio/costo se calcula sumando los flujos provenientes de una inversión descontados con la TMAR y luego el total se divide para la inversión, obteniendo, en promedio, el número de unidades monetarias recuperadas por unidad de inversión, constituyéndose como una medida de rentabilidad global.

La fórmula para determinar la relación beneficio / costo es la siguiente:

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

La inversión es aconsejable si el resultado de la RB/C es mayor a la unidad, ya que existe beneficio por cada unidad monetaria recuperada; si la RB/C es = 0, el proyecto es indiferente, y si la RB/C es menor a la unidad indica que los costos del proyecto son mayores y no proporciona ningún beneficio a la inversión.

2.5.4.4 Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad muestra lo que puede suceder si se varían condiciones que afectan directamente las utilidades del proyecto.

5% menos en ventas: El proyecto es muy sensible a la reducción de sus ventas, lo cual implicaría pérdidas sustanciales ya que el VAN es negativo y la TIR es inferior a la tasa mínima de rentabilidad.

10% aumento de sueldos: Esta variable es una hipótesis de gran importancia debido a que el Ecuador cuenta con una inestabilidad laboral muy alta, lo cual establece que el proyecto es poco sensible respecto a los resultados actuales.

10% aumento de MP: Siendo la materia prima el principal componente para la producción del producto, un incremento en sus precios provoca la sensibilidad del proyecto, sin embargo es rentable. (Espinoza, 2007).

- **Análisis de sensibilidad con incremento de costos**

Se obtienen los nuevos flujos de caja por efectos de incremento de costos.

Para encontrar el porcentaje de incremento se procede a realizar un juego de búsqueda de valores de soporte máximo, para ello es importante trabajar con tasas que permitan obtener valores o flujos positivos.

a. Se obtiene la nueva Tasa Interna de Retorno.

El proyecto soportara los cambios en ingresos y costos en un porcentaje que permita obtener una TIR igual o mayor al costo de oportunidad o al costo del capital; caso contrario, el proyecto es sensible o no rentable.

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

b. Se encuentra la Tasa Interna de Retorno resultante.

Para ello se resta a la TIR Original (TIR.O) la Nueva TIR

$$TIR.R = TIR.O - N.TIR$$

c. Se calcula el porcentaje de variación.

Para ello se divide la TIR: Resultante para la TIR Original y al valor resultante se lo multiplica por 100.

$$\% V = (TIR.R / TIR.O) * 100$$

d. Se calcula el Valor de Sensibilidad.

El porcentaje de variación se divide para la nueva TIR

$$S = \% V / N.TIR$$

- **Análisis de sensibilidad con disminución de ingresos.**

Se obtienen los nuevos flujos de caja por efectos de disminución de ingresos.

Para encontrar el porcentaje de disminución se procede a realizar un juego de búsqueda de valores de soporte máximo, para ello es importante trabajar con tasas que permitan obtener valores o flujos positivos.

a. Se obtiene la nueva Tasa Interna de Retorno.

El proyecto soportara los cambios en ingresos y costos en un porcentaje que permita obtener una TIR igual o mayor al costo de oportunidad o al costo del capital; caso contrario, el proyecto es sensible o no rentable.

$$TIR = T_m + Dt \left(\frac{VANT_m}{VANT_m - VANTM} \right)$$

b. Se encuentra la Tasa Interna de Retorno resultante.

Para ello se resta a la TIR Original (TIR.O) la Nueva TIR

$$TIR.R = TIR.O - N.TIR$$

c. Se calcula el porcentaje de variación.

Para ello se divide la TIR: Resultante para la TIR Original y al valor

resultante se lo multiplica por 100.

$$\% V = (TIR.R / TIR.O) * 100$$

d. Se calcula el Valor de Sensibilidad.

El porcentaje de variación se divide para la nueva TIR. (Gutierrez, 2005)

$$S = \% V / N.TIR$$

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Para poder realizar el presente trabajo investigativo, se utilizaron los siguientes materiales, métodos y procedimiento.

1. MATERIALES

En el desarrollo se empleó algunos materiales:

- Suministros de oficina: hojas, copias, carpetas, grapas, esferográficos.
- Equipos de oficina: calculadora, computadora, impresora, memoria USB, Cd's.

2. MÉTODOS

Método inductivo: Este método se lo aplicó en el estudio de mercado cuando se realizó el análisis para identificar las demandas, así mismo se pudo conocer la oferta generada de dulces y conservas en la ciudad de Loja.

En el estudio técnico este método se aplicó cuando se realizó el análisis de la capacidad utilizada, también se realizó el diseño de las instalaciones de la empresa productora y comercializadora de dulce de toronche, el cual permitió visualizar las áreas en donde se desarrollaron las diferentes actividades del proyecto y por otro lado en la organización del proyecto en donde se estableció los organigramas tanto estructural y funcional así como el manual de funciones.

En el estudio financiero se lo aplicó cuando se hizo el análisis de la evaluación financiera, la cual sirvió para determinar no sólo la inversión que requiere el proyecto sino también su factibilidad.

Método deductivo: Este método se lo aplicó cuando se realizó un análisis general del mercado existente en la ciudad de Loja llegando así a identificar el mercado objetivo.

En el estudio técnico sirvió para analizar la macro localización y determinar de manera particular la micro localización y ubicación exacta de la empresa; en el estudio organizacional sirvió para conocer los diferentes tipos de compañías y determinar cuál es la más conveniente para el proyecto; en el estudio financiero para analizar los costos que debe someterse la empresa y terminar con los diferentes indicadores de evaluación del proyecto como: VAN, TIR, RBC, PRC y el Análisis de Sensibilidad.

3. TÉCNICAS

Observación Directa: esta técnica sirvió para determinar el lugar más idóneo para ubicar mi planta de producción, establecer donde existen las plantaciones del toronche y donde se lo podrá conseguir con mayor facilidad y de manera constante para la producción.

Encuesta: sirvió como herramienta fundamental para efectuar el análisis del mercado, determinar demanda, oferta, demanda insatisfecha de mermeladas o dulces elaboradas a base de fruta de las familias de la ciudad de Loja.

Entrevista: Esta técnica se utilizó para la recopilación de información mediante la conversación directa con las personas que dirigen las empresas inmersas en la comercialización de dulces y conservas en la ciudad de Loja, detallados a continuación:

- Romar
- Comercial Granda
- P y M (Productos Alimenticios)
- Mercatone
- Mercamax
- Zerimar
- Supe maxi
- Tía

4. PROCEDIMIENTO

El área de influencia comprende los habitantes de la ciudad de Loja tomando como base datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) del último censo poblacional del año 2010, la misma que se proyecta para el año 2015 y se divide para 4 miembros por familia que es el promedio en la Región 7.

Para obtener el universo por familias el procedimiento se describe a continuación:

$$Pf2015= Po2010 (1+r)^n$$

$$Pf 2015= 180.617 (1 + 2.65\%)^5$$

$$Pf\ 2015 = 180.617 (1 + 0.0265)^5$$

$$Pf\ 2015 = 180.617 (1,0265)^5$$

$$Pf\ 2015 = (1.1397)$$

$$\mathbf{Pf\ 2015 = 205.851}$$

$$205.851 \div 4 = 51.463 \text{ familias}$$

Para el año 2015 el INEC estima que la población urbana de la ciudad de Loja sea de 51.463 familias.

Obtención del tamaño de la muestra

A continuación se presenta el tamaño muestral mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

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

Dónde:

n = Tamaño de la muestra.

N = Número de familias de la Población de la ciudad de Loja

e = margen de error del 5%

1 = Constante

DESARROLLO DE LA FÓRMULA

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

$$n = \frac{51.463}{1 + (0.05)^2 * 51.463}$$

$$n = \frac{51.463}{1 + 0.0025 (51.463)}$$

n = 397 Encuestas

Se aplicaron 397 encuestas a las familias de la ciudad de Loja.

CUADRO Nº 1
Distribución de las encuestas.

PARROQUIAS URBANAS	POBLACIÓN POR FAMILIAS	ENCUESTAS	%
El Valle	9263	71	18,00
Sucre	18012	139	35,00
Sagrario	7205	56	14,00
San Sebastián	16983	131	33,00
TOTAL	51463	397	100,00

Fuente: INEC

Elaboración: La autora

Para el desarrollo del presente proyecto, se tomó en cuenta los cuatro estudios que conforman un proyecto de inversión empezando por el estudio de mercado el cual abarco la realización de encuestas a demandantes y ofertantes, así como, la realización de las tabulaciones y el análisis e interpretación de los resultados.

También se determinó la demanda, oferta, demanda insatisfecha así como también las debidas proyecciones de la misma. Luego se elaboró el plan de comercialización, y determinamos la participación de la empresa en el mercado, con su debido porcentaje.

Al realizar el estudio técnico que es la segunda fase del proyecto se determinó la capacidad instalada y utilizada, la distribución de la planta así

como también los recursos que se utilizó para llevar a cabo el proceso productivo.

Seguidamente, se realizó el diseño organizacional y jurídico el cual abarcó la determinación del tipo de compañía a constituir, su estructura organizacional y sus respectivos manuales de funciones.

Al culminar la última fase se describe el estudio financiero el cual comprendió la determinación de las inversiones, el financiamiento que tendrá el proyecto, el cálculo de costos e ingresos, así como la realización de la evaluación financiera que nos dio como resultado que el proyecto es viable.

f. RESULTADOS

Los resultados de la aplicación de los instrumentos de investigación se presentan a continuación:

1. ¿En su alimentación usted consume dulce elaborado a base de frutas?

Cuadro N° 2 Consumo de dulce de fruta		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	380	96
NO	17	4
TOTAL	397	100

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 11



Análisis e interpretación:

Mediante los datos del cuadro anterior se logra determinar qué cantidad de dulce elaborado a base de frutas consumen semanalmente de lo cual, 380 personas que representan el 96% de familias respondieron positivamente, mientras que 17 personas que representa el 4% restante no consumen este producto por lo que sus respuestas fueron negativas. Por lo que se puede inferir que existe una gran demanda de este tipo de producto.

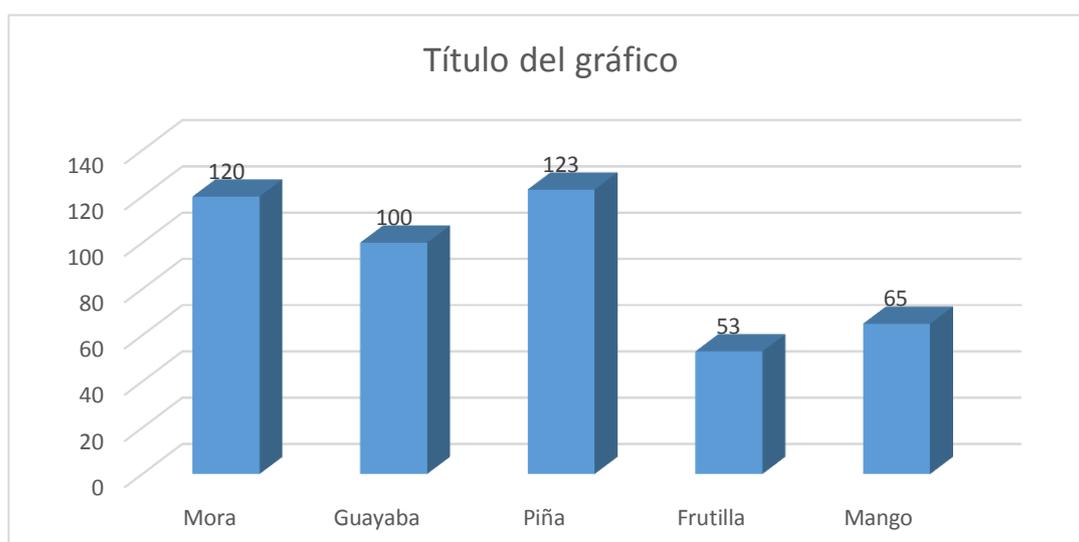
2. ¿Los sabores que con más frecuencia consume son?

Cuadro N° 3 sabores que más consume		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mora	120	30
Guayaba	100	25
Piña	123	31
Frutilla	53	13
Mango	65	16

Fuente: encuestas

Elaboración: la autora

Gráfico N° 12



Análisis e interpretación:

Mediante los datos del cuadro anterior se logra determinar que los sabores de dulce de fruta que consumen con más frecuencia las familias de la ciudad de Loja son: mora con 30%, guayaba con un 25%, piña con un 31%, frutilla con un 13% y mango con un 16%.

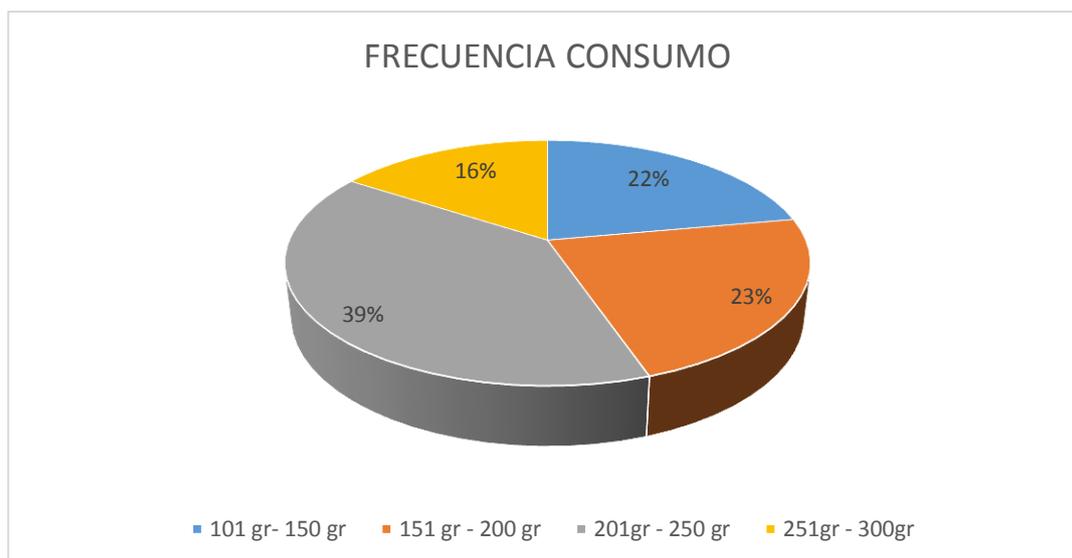
3. ¿Cuántos gramos de dulce de fruta consume semanalmente?

Cuadro N° 4 Cantidad demandada			
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	XF
101gr- 150gr	84	22	10542
151gr-200gr	86	23	15093
201gr- 250gr	150	39	33825
251gr- 300gr	60	16	16530
TOTAL	380	100	75990

Fuente: encuestas

Elaboración: la autora

Gráfico N° 13



Análisis e interpretación:

Mediante los datos del cuadro anterior se logra determinar que el 22% de las familias encuestadas consumen de 101 a 150 gramos de dulce de fruta semanalmente; el 23% consumen de 151 a 200 gramos; el 39% consumen de 201 a 250 gramos y el 16% consume de 251 a 300 gramos, dando como resultado que la mayor cantidad demandada va desde 201-250 gramos.

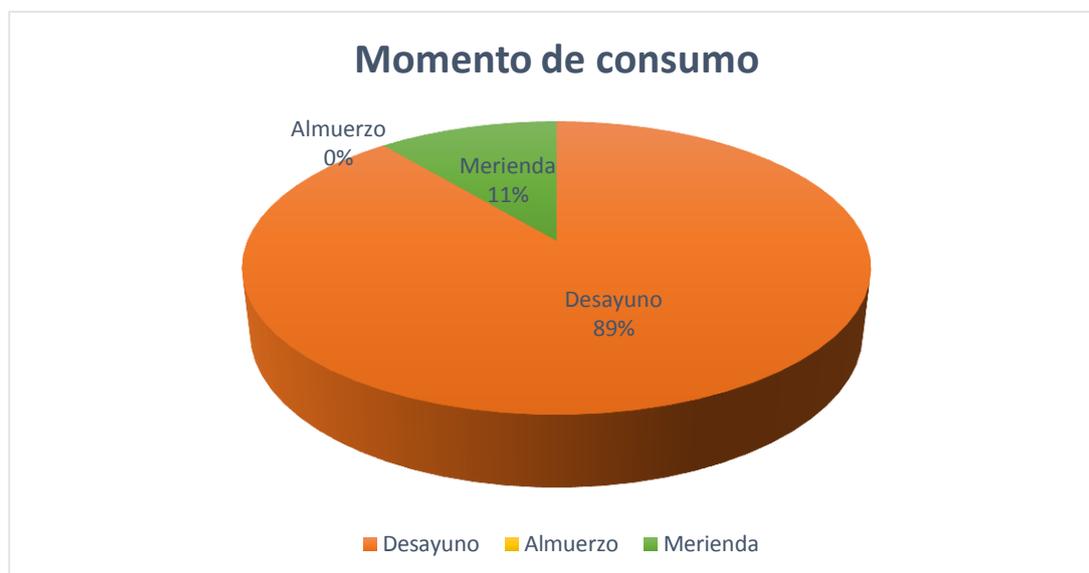
4. ¿En qué momento del día lo consume?

Cuadro N° 5 Momento de consumo		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Desayuno	338	89
Almuerzo	0	0
Merienda	42	11
TOTAL	380	100

Fuente: encuestas

Elaboración: la autora

Gráfico N° 14



Análisis e interpretación:

Mediante los datos del cuadro anterior se logró demostrar que de las 380 familias encuestadas, 338 que representan el 89% consumen el dulce elaborado a base de frutas en el desayuno; mientras que 42 personas que representa el 11% lo consumen en la merienda, por lo cual se infiere que se da el consumo con mayor frecuencia en el desayuno de las familias lojanas.

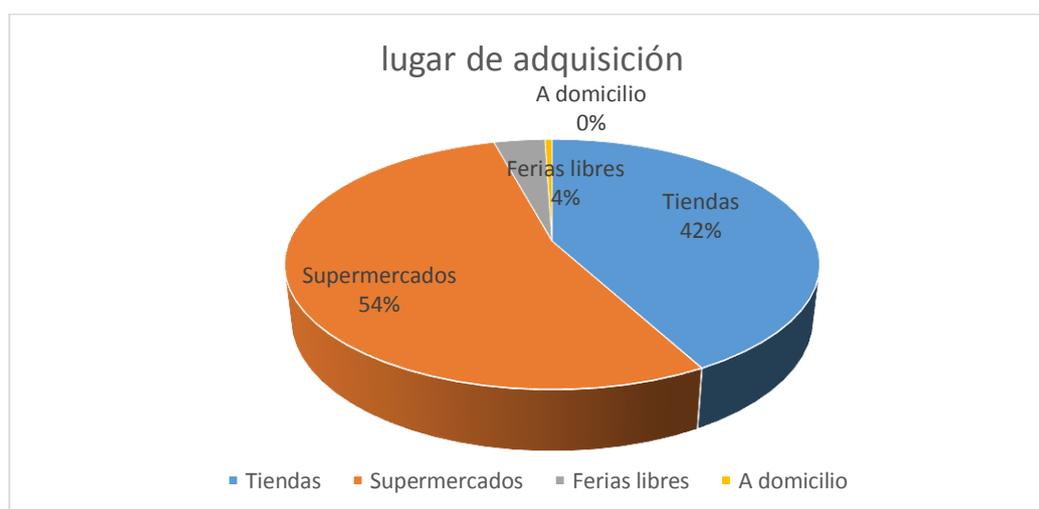
5. ¿Generalmente donde adquiere el dulce elaborado a base de fruta?

Cuadro N° 6 Lugar de adquisición		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tiendas	160	42
Supermercados	204	54
Ferias libres	14	4
A domicilio	2	1
TOTAL	380	100

Fuente: encuestas

Elaboración: la autora

Gráfico N° 15



Análisis e interpretación:

Mediante los datos del cuadro anterior se logra determinar que, en la ciudad de Loja, 160 personas que representan el 42% adquieren el producto en tiendas; 204 personas que representa el 54% en supermercados; 14 que representan el 4% lo adquieren en ferias libres y 2 personas que representan el 1% restante lo adquieren directamente en su hogar debido a que lo compran a domicilio.

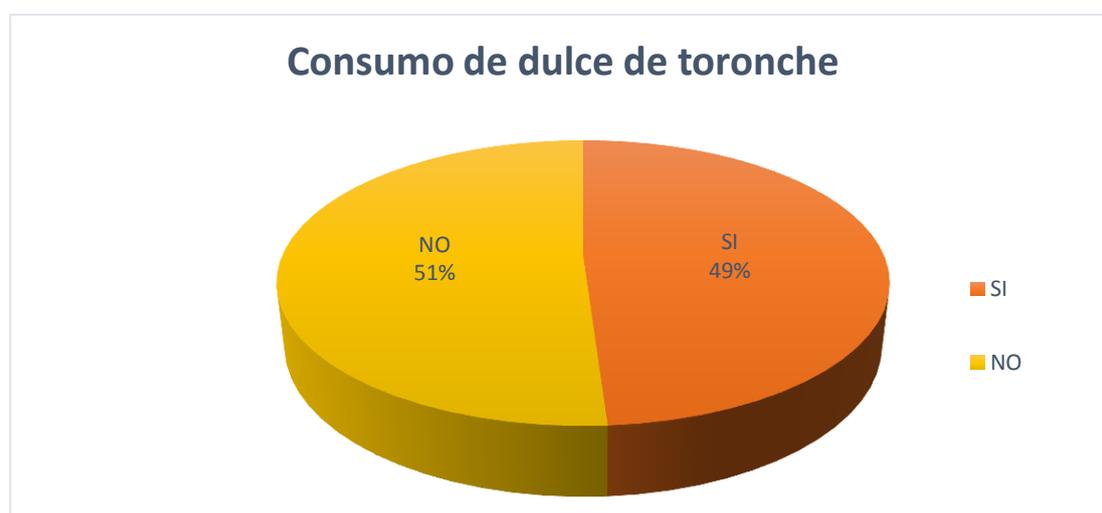
6. Ha consumido usted dulce de toronche?

CUADRO N° 7 CONSUMO DULCE DE TORONCHE		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	186	49
NO	194	51
TOTAL	380	100

Fuente: encuestas

Elaboración: la autora

Gráfico N° 16



Análisis e interpretación:

Mediante los datos del cuadro anterior se logra determinar que de las 380 familias encuestadas, 186 personas que representan el 49% han consumido dulce de toronche alguna vez; mientras que 194 personas que representa el 51% no han consumido dulce de toronche debido a que no han tenido la oportunidad de probarla y porque esta fruta es desconocida para ellos.

7. ¿Si se implementara una empresa que produzca dulce de toronche, usted lo consumiría?

Cuadro N° 8 Creación nueva empresa		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	166	89
NO	20	11
TOTAL	186	100

Fuente: encuestas
Elaboración: la autora

Gráfico N° 17



Análisis e interpretación:

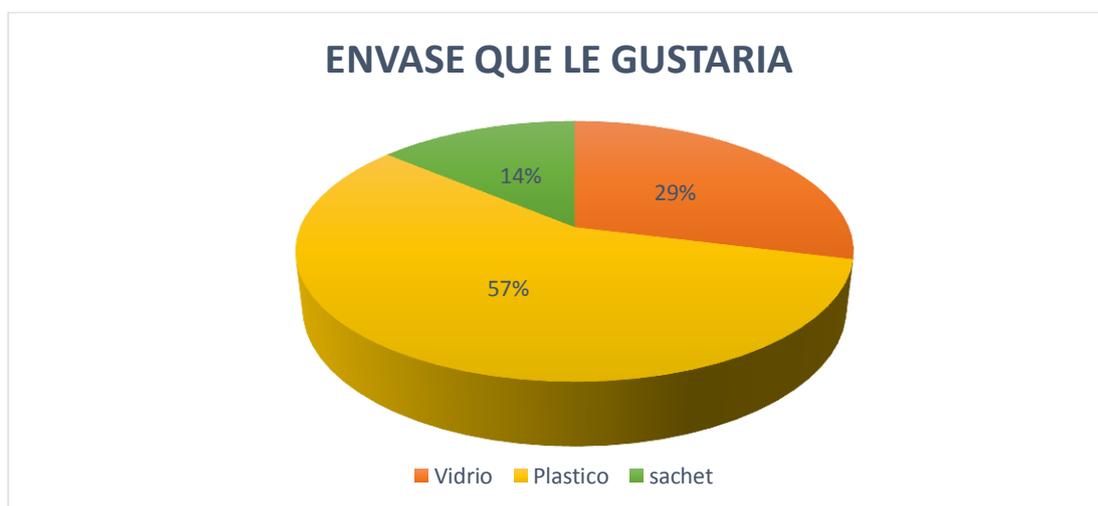
Los datos del cuadro anterior logran demostrar que de las 186 familias encuestadas y que han consumido dulce de toronche en la ciudad de Loja, 166 personas que representa el 89% estarían dispuestas a consumir dulce de toronche; mientras que 20 personas que representa el 11% restante no lo consumirían.

8. ¿Cómo le gustaría que sea la presentación del dulce de toronche?

CUADRO N° 9 EMPAQUE QUE PREFIERE		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Vidrio	48	29
Plástico	95	57
Sachet	23	14
TOTAL	166	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 18



Análisis e interpretación:

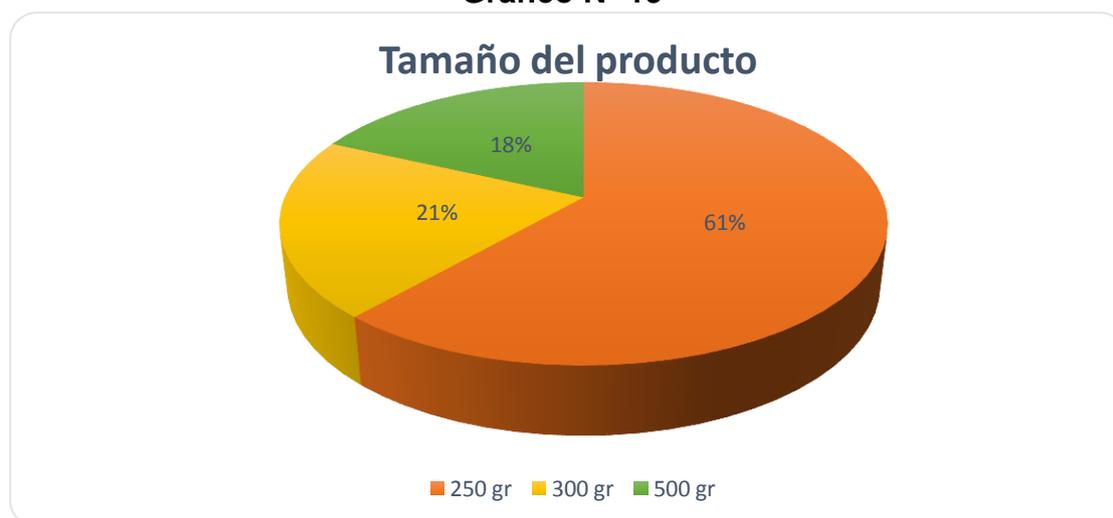
Mediante los datos del cuadro anterior se logra demostrar que, de las 166 personas que respondieron que si consumirían el dulce de toronche; 48 personas que representan el 29% de las familias preferirían adquirir el producto en envase de vidrio, 95 que representa el 57% preferirían adquirirlo en envase de plástico; mientras que 23 personas que representa el 14% preferirían adquirirlo en sachet, por lo que se infiere que el envase más idóneo es el de plástico.

9. De qué cantidad le gustaría que sea la presentación del dulce de toronche?

CUADRO N° 10 TAMAÑO DEL PRODUCTO		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
250 gr	102	61
300 gr	34	20
500 gr	30	18
TOTAL	166	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 19



Análisis e interpretación:

Mediante los datos del cuadro anterior se logra demostrar que, 102 personas que representan el 61% considera que le gustaría adquirir el dulce de toronche en tamaño de 250 gramos; 34 que representa el 20% de las personas le gustaría de 300 gramos y 30 personas que representa el 18% le gustaría adquirir el producto en tamaño de 500 gramos, siendo el tamaño apropiado para la mayoría de 250 gramos.

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el dulce de toronche?

CUADRO Nº 11 VALOR QUE PAGÓ		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
250 gr.		
hasta 1.20 dólar	120	72
más de 1.20 dólar	46	28
TOTAL	166	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 20



Análisis e interpretación:

Mediante los datos del cuadro anterior se logra demostrar que las familias dispuestas a consumir el dulce de toronche en la ciudad de Loja estarían dispuestas a pagar por la presentación de 250 gramos hasta \$1,20 un 72%, mientras que el 28% restante pagarían más de \$1,20 dólares.

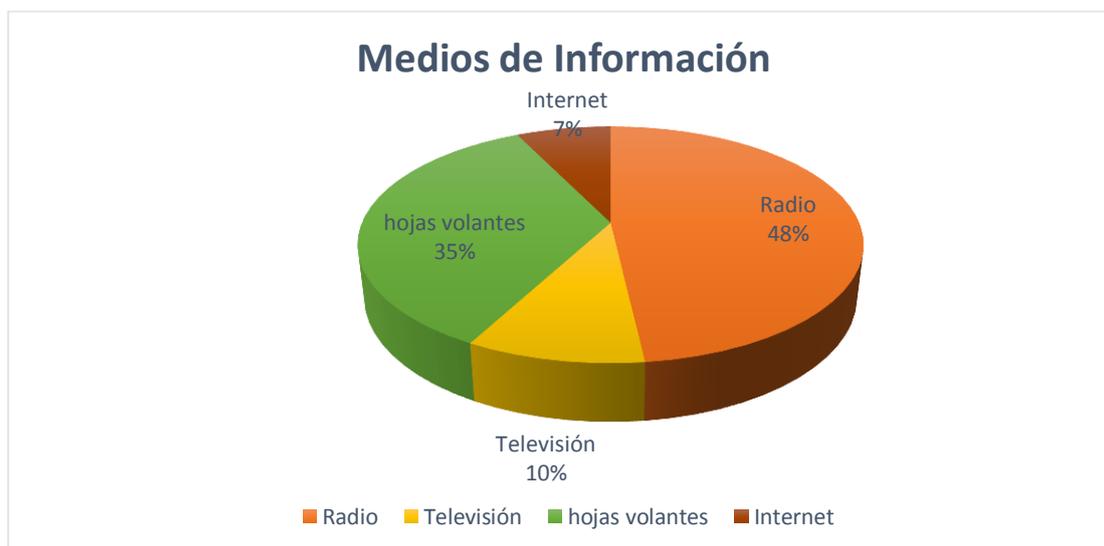
11. ¿De los medios de comunicación cual es el de su preferencia?

CUADRO N° 12 MEDIOS DE INFORMACIÓN		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	80	48
Televisión	16	10
Hojas volantes	58	35
Internet	12	7
TOTAL	166	100

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 21



Análisis e interpretación:

Mediante los datos del cuadro anterior se logra determinar que, 80 personas que representan el 48% prefieren informarse por la radio; 16 que representa el 10% por la televisión; 58 personas que representa el 35% a través de hojas volantes; mientras que 12 personas que representa el 7% se informan a través de internet.

ENCUESTA REALIZADA A LOS OFERENTES

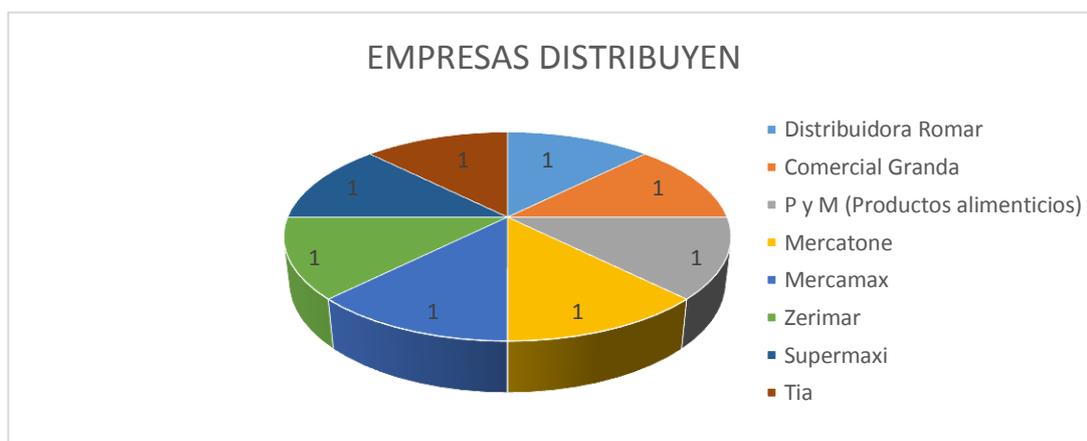
1. ¿Su empresa distribuye dulce elaborado a base de fruta?

CUADRO Nº 13 EMPRESAS QUE DISTRIBUYEN		
EMPRESA	RESP. SI	PORCENTAJE
Distribuidora Romar	1	12,5
Comercial Granda	1	12,5
P y M (Productos alimenticios)	1	12,5
Mercatone	1	12,5
Mercamax	1	12,5
Zerimar	1	12,5
Supermaxi	1	12,5
Tía	1	12,5
TOTAL	8	100

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 22



Análisis e interpretación:

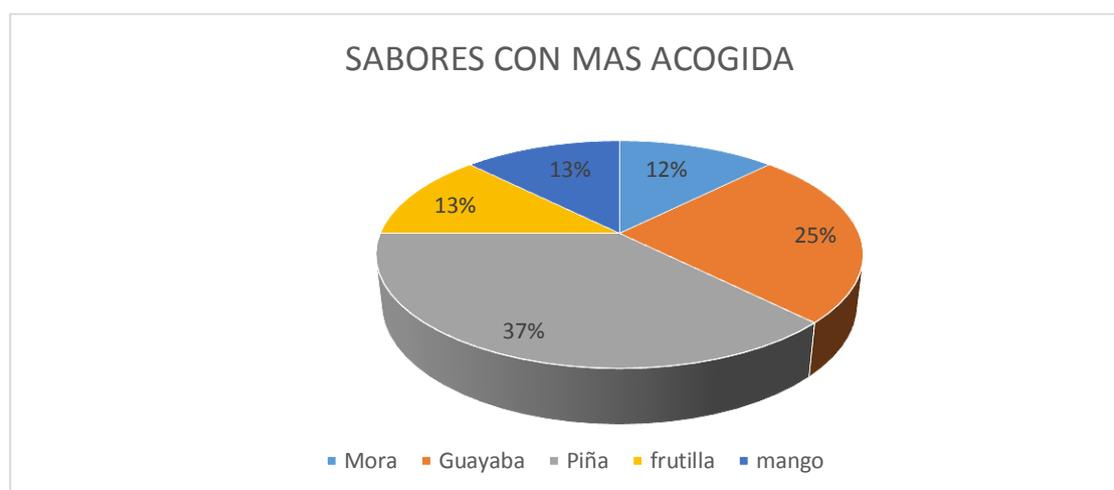
Mediante Los datos del cuadro anterior se logra demostrar que las 8 empresas que representan el 100% de los encuestados distribuyen dulce de fruta a las diferentes tiendas, bodegas y supermercados, los mismos que venden estos productos al consumidor final.

2. ¿Qué sabores de dulce elaborado a base de fruta tienen más demanda?

CUADRO Nº 14 SABORES CON MAS ACOGIDA		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mora	1	12,5
Guayaba	2	25
Piña	3	37,5
frutilla	1	12,5
mango	1	12,5
TOTAL	8	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 23



Análisis e interpretación:

Mediante los datos del cuadro anterior se logra demostrar que 1 empresa que representa el 12,5% distribuye dulce de mora; por otra parte 2 empresas distribuidoras que representan el 25% distribuye dulce de guayaba; 3 empresas que representan el 37,5% distribuyen en mayor número dulce de piña; 1 empresa que representa el 12,5% distribuyen de frutilla y 1 restante

que representa el 12,5% distribuye dulce de mango, por lo que se puede inferir que el sabor con más acogida es el de piña y guayaba.

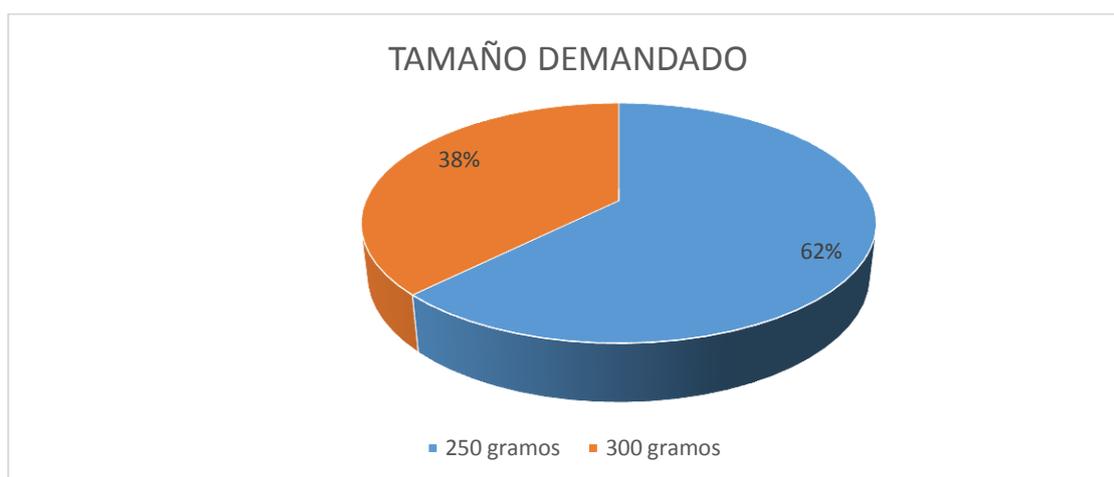
3. ¿Con respecto al tamaño, cual es la que tiene mayor demanda?

CUADRO N° 15 TAMAÑO DEMANDADO		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
250 gramos	5	63
300 gramos	3	38
TOTAL	8	100

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 24



Análisis e interpretación:

Mediante los datos del cuadro anterior se logra demostrar que el tamaño del dulce de toronche que más demanda tiene es de 250 gramos con el 63%, mientras que el 38% es de tamaño de 300 gramos.

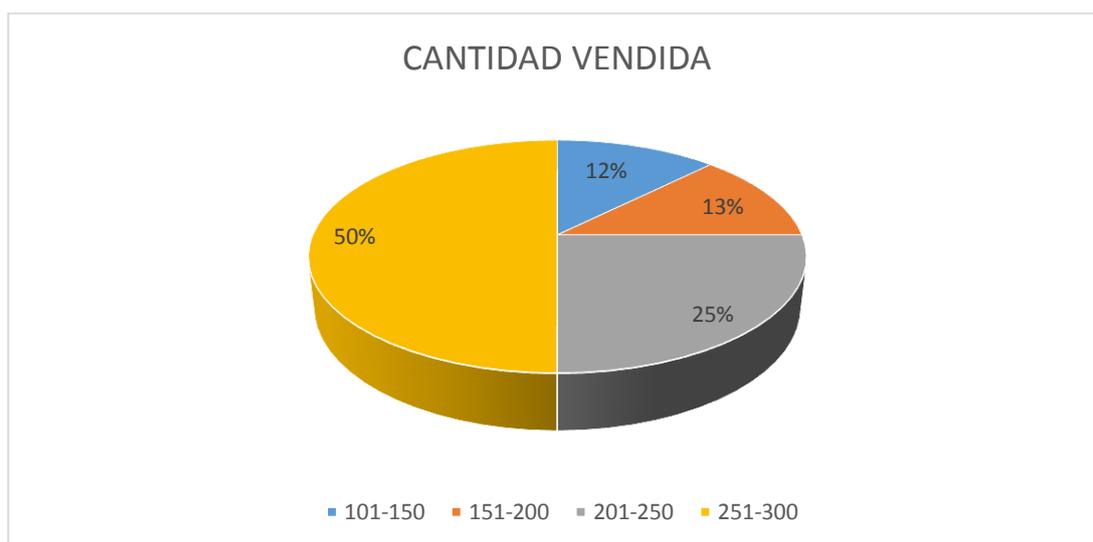
4. Qué cantidad de dulce de fruta en tamaño de 250 gramos vende semanalmente.

CUADRO Nº 16 CANTIDAD QUE MAS VENDE 250 GRAMOS		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
101-150	1	12,50
151-200	1	12,50
201-250	2	25,00
251-300	4	50,00
TOTAL	8	100

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Gráfico Nº 25



Análisis e interpretación:

Mediante los datos del cuadro anterior se logra demostrar que lo que las empresas distribuidoras de dulce y conservas en fruta venden semanalmente en tamaño de 250 gramos es: de 101 a 150 con un porcentaje del 12,50%, de 151 a 200 con un porcentaje del 12,50%, de 201 a 250 con un porcentaje de 25%, mientras que de 250 a 300 con un porcentaje de 50%.

5. Cuales empresas considera su mayor competencia en el mercado

CUADRO N° 17 COMPETENCIA		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Romar	6	75
SERIMAR	5	62,5
TIA	5	62,5
SUPERMAXI	4	50
Mercatone	2	25
Mercamax	2	25
Comercial Granda	3	37,5
P Y M(Productos alimenticios)	4	50

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 26



Análisis e interpretación:

Mediante los datos del cuadro anterior se logra evidenciar que de las 8 empresas entrevistadas la que representa mayor competencia en el mercado es Romar con el 75%, seguidamente de Zerimar y Tía con el mismo porcentaje 62,5%, Supermaxi y P y M con un 50% cada una y las que menor competencia representan es Comercial Granda con el 37% y Mercatone y Mercamax que representan el 25% cada una.

6. ¿El dulce elaborado a base de fruta que distribuye su empresa, considera usted qué es?

CUADRO N° 18 CONSIDERACION SOBRE EL PRODUCTO		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	5	62,50
Bueno	2	25
Muy bueno	1	12,50
TOTAL	8	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 27



Análisis e interpretación:

Mediante los datos del cuadro anterior se logra demostrar que 5 empresas distribuidoras que representa el 62,50% consideran que el producto que distribuyen es excelente; 2 que representa el 25% que es bueno; mientras que 1 que representa el 12,5% que es muy bueno.

7. Que estrategias utiliza Ud. Para vender su producto

CUADRO N° 19 ESTRATEGIAS UTILIZADAS		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Hojas volantes	4	50,00
Visitas personales al cliente	4	50,00
TOTAL	8	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 28



Análisis e interpretación:

Mediante los datos del cuadro anterior se logra demostrar que, 4 empresas que representa el 50% de las empresas distribuidoras utilizan estrategias para vender su producto como hojas volantes; mientras que las otras 4 empresas restantes que representan el otro 50% utilizan visitas personales de sus vendedores designados a los clientes para que den a conocer su producto y por ende vender más.

8. Que medios de publicidad utiliza para promocionar su producto

CUADRO N° 20 MEDIOS DE PUBLICIDAD		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	3	37,50
Volantes	2	25
televisión	3	37,50
TOTAL	8	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 29



Análisis e interpretación:

Mediante los datos del cuadro anterior se logra demostrar que, 3 empresas que representa el 37,50% utilizan medios de publicidad como la radio para promocionar el producto; 2 que representa el 25% utiliza volantes y 3 empresas que representan el 37,50 restante utiliza el periódico como medio para promocionar el producto.

9. Que horario utiliza para dar a conocer el producto

CUADRO N° 21 HORARIOS		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mañana	3	37,5
Medio día	3	37,5
Tarde	2	25
TOTAL	8	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 30



Análisis e interpretación:

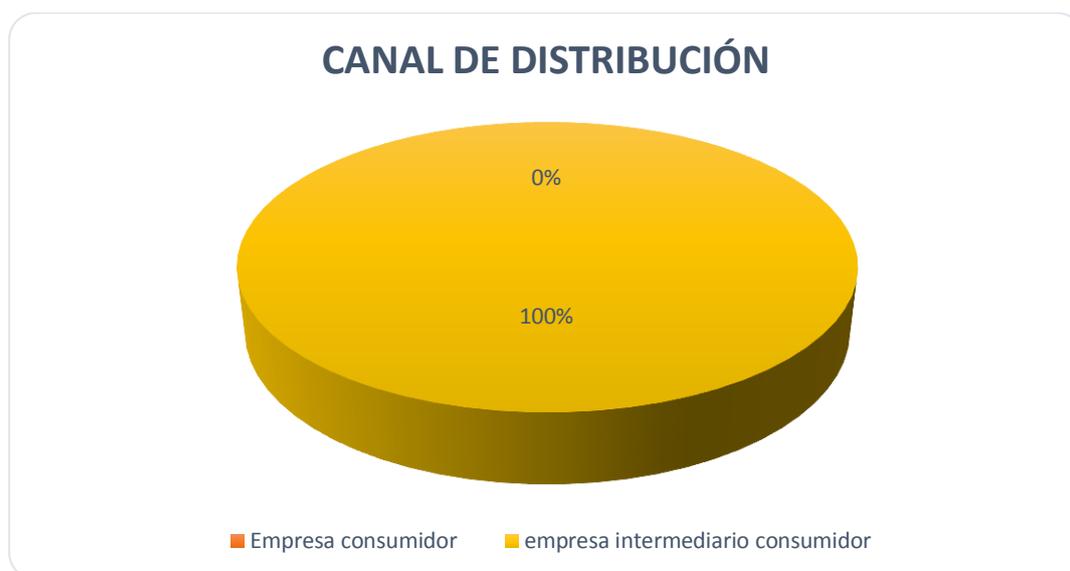
Los datos del cuadro anterior demuestran que, el horario más idóneo para dar a conocer el producto son la mañana y el medio día con el 37,50% y en la tarde con un 25% respectivamente.

10. Qué tipo de canal de distribución utiliza para la comercialización del dulce elaborado a base de frutas.

CUADRO N° 22 CANAL DE DISTRIBUCIÓN		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Empresa consumidor	0	0
empresa intermediario consumidor	8	100
TOTAL	8	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 31



Análisis e interpretación:

Los datos del cuadro anterior demuestran que, los 8 distribuidores de mermeladas y conservas que representa el 100% utilizan para la comercialización del producto, el canal indirecto, es decir de la empresa pasa por un intermediario para luego ser vendido al consumidor final.

g. DISCUSIÓN

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Demanda potencial o total

Para poder determinar la demanda potencial, se estableció la demanda utilizando el total de la población de las familias de la ciudad de Loja del año 2010, proyectada al año 2015, con una tasa de crecimiento poblacional del 2,65%, dividida para 4 miembros por integrantes de las familias, independientemente de las preferencias y formas de adquisición del producto.

La demanda potencial en la presente es del 96% de 51.463 familias, que son las que consumen dulce elaborado a base de frutas en general, las mismas que se las proyecta para los 5 años de vida útil del proyecto, tomando en consideración que la tasa de crecimiento según datos del INEC es del 2,65% anual; así tenemos:

CUADRO Nº 23 RESULTADO DE LA DEMANDA POTENCIAL

AÑOS	POBLACION TOTAL (familias)	DEMANDA POTENCIAL (96%)
0	51463	49404
1	52827	50714
2	54226	52057
3	55663	53436
4	57139	54853
5	58653	56307

Fuente: Cuadro Nº 2 encuestas

Elaboración: La Autora

DEMANDA REAL

Está constituida por la cantidad de bienes que se consumen de un producto específico en el mercado. En el estudio de mercado para determinar la demanda real se realizó la siguiente pregunta a las familias. ¿Ha consumido usted dulce de toronche? la misma que tiene un porcentaje del 49%.

CUADRO Nº 24 RESULTADO DE LA DEMANDA REAL

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA REAL (49%)
0	49404	24208
1	50714	24850
2	52057	25508
3	53436	26184
4	54853	26878
5	56307	27590

Fuente: Cuadro Nº 7 encuestas

Elaboración: La Autora

DEMANDA EFECTIVA

Es la cantidad de bienes o servicios que en la práctica están dispuestos a adquirir de producto.

Para determinar la demanda efectiva, se toma como referencia las respuestas obtenidas de los encuestados. Se realizó la siguiente pregunta. ¿Si se implementara una empresa que produzca dulce de toronche, usted lo consumiría? Manifiestan que si un 89%.

CUADRO Nº 25 RESULTADO DE LA DEMANDA EFECTIVA

AÑOS	DEMANDA REAL (49%)	DEMANDA EFECTIVA (89%)
0	24208	21545
1	24850	22116
2	25508	22702
3	26184	23304
4	26878	23922
5	27590	24555

Fuente: Cuadro Nº 8 encuestas

Elaboración: La Autora

CUADRO Nº26 ESTIMACIÓN CONSUMO PROMEDIO

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	XM	FXM
101GR- 150GR	84	125,5	10542
151GR-200GR	86	175,5	15093
201GR- 250GR	150	225,5	33825
251GR- 300GR	60	275,5	16530
TOTAL	380		75990

Fuente: Cuadro Nº 4 encuestas

Elaboración: La Autora

Para determinar el consumo promedio semanal se aplica la siguiente formula:

$$X = \frac{\sum f \cdot X_m}{N}$$

En donde:

X= consumo promedio semanal

F= frecuencia

X_m= punto medio

N= universo

Σ = sumatoria total

$$X = \frac{75990}{380} = \mathbf{200 \text{ gramos de dulce de frutas semanal por familia.}}$$

El promedio semanal por familia es de 200 gramos de dulce de frutas, por lo que el consumo anual será de 11752 gramos de dulce de fruta al año.

Es decir multiplicamos: $200 \times 52 = \mathbf{10400 \text{ gramos al año.}}$

DEMANDA EFECTIVA EN GRAMOS

Para determinar la demanda efectiva en gramos procedemos a multiplicar la demanda efectiva del año base (2015) por el número de gramos al año.

Así; $21545 \times 10400 = \mathbf{224071055 \text{ gramos}}$ de dulce de frutas al año en la ciudad de Loja. A continuación se presenta el cuadro comparativo de la proyección de la demanda.

Cuadro N° 27 Proyección de la demanda efectiva de dulce de fruta en la ciudad de Loja

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA (89%)	Nº GRAMOS AL AÑO	DEMANDA EFECTIVA DE DULCE DE FRUTA EN GRAMOS	DEMANDA EFECTIVA DE DULCE DE FRUTA EN TARROS DE 250GR
0	21545	10400	224071055	896284
1	22116	10400	230009941	920040
2	22702	10400	236101219	944405
3	23304	10400	242357949	969432

4	23922	10400	248784486	995138
5	24555	10400	255376476	1021506

Fuente: Datos cuadro N° 25 y 26.

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta es considerada como la cantidad de productos que se ofrece al mercado consumidor, por ello para determinar la oferta del dulce elaborado a base de frutas, se recolectó la información mediante la aplicación de encuestas a los establecimientos que se dedican a la distribución de este producto en la ciudad de Loja; tomando como muestra a empresas distribuidoras y lugares donde existe mayor concentración de acopio de estos productos para su venta.

En el caso de nuestro estudio para poder determinar la oferta actual, se ha recabado información sobre la cantidad de productos que vende cada empresa distribuidora de dulces y mermeladas de fruta semanalmente, datos que al formularlo en una tabla de frecuencia por intervalos nos permitió sacar la media promedio de venta de cada empresa distribuidora. Para lo cual se utiliza los datos de las ventas promedio anuales de la pregunta 3 de la encuesta a distribuidores.

CUADRO N° 28 OFERTA PROMEDIO SEMANAL ENVASES DE 250 GRAMOS			
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	XM	FXM
101 – 150	1	125,5	125,5
151 – 200	1	175,5	175,5
201 – 250	2	225,5	451
251 – 300	4	275,5	1102
TOTAL	8		1854

Fuente: Datos cuadro N° 18 encuestas

Elaboración: La Autora

La oferta promedio semanal de dulce de fruta en la ciudad de Loja según las 8 empresas distribuidoras de mermeladas en la ciudad de Loja, es de **1854 tarros de 250 gramos semanalmente**. Seguidamente determinamos las ventas promedio anuales, multiplicando las ventas semanales por el número de semanas que tiene el año.

Así; $1854 \times 52 = 96408$ **envases de 250 gramos** que es el total de ventas de dulce de fruta anuales.

PROYECCION DE LA OFERTA

Para la determinación de la proyección de la oferta se toma en cuenta el resultado total de los envases de 250 gramos que se venden anualmente en las diferentes empresas y se realiza mediante la fórmula de crecimiento poblacional $P_f = P_i (1+i)$ con una tasa de crecimiento del 2,65%.

CUADRO N° 29 PROYECCION DE LA OFERTA

AÑOS	OFERTA 2,65%
0	96408
1	98963
2	101585
3	104277
4	107041
5	109877

Fuente: Datos cuadro N° 28
Elaboración: La Autora

ANÁLISIS ENTRE LA OFERTA Y LA DEMANDA

El análisis de la oferta y la demanda permite determinar la demanda insatisfecha para el producto. Se denomina demanda insatisfecha al análisis entre la demanda efectiva y la oferta, siendo esta la cantidad de bienes y servicios que es probable que el mercado consuma a los años futuros.

CUADRO N° 30 DEMANDA INSATISFECHA			
AÑOS	DEMANDA EFECTIVA EN envases de 250 GRAMOS	OFERTA TOTAL envases 250 g	DEMANDA INSTISFECHA
0	896284	96408	799876
1	920040	98963	821077
2	944405	101585	842820
3	969432	104277	865154
4	995138	107041	888097
5	1021506	109877	911629

Fuente: Datos cuadro N° 27, 28
Elaboración: La Autora

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

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

- Producto
- Precio
- Plaza y
- Promoción

➤ PRODUCTO

GRAFICO N° 32



Elaboración: La Autora

El producto que se comercializara es el toronche en dulce. El toronche es una fruta no tradicional nativa que la mayoría de las personas desconocen

su existencia, la cual tiene similares características al babaco, tanto en consistencia, sabor y nutrientes que brinda al consumirlo.

El presente proyecto pretende ser sólido, debido a que se aprovechara esta fruta poco conocida, pues se aprovechara sus bondades y aporte nutricional y de esta manera contribuirá a la sana alimentación de los ciudadanos lojanos.

DISEÑO DEL PRODUCTO

El dulce de toronche se presentara en envase de plástico de 250 gramos.

La empresa “**LA CASA DEL TORONCHE**” para la comercialización del producto utilizara las siguientes estrategias para diferenciarse de los demás productos existentes en el mercado.

Estrategias del producto

Marca: el nombre comercial de la empresa, el cual representara a nuestro producto con identidad propia será:

“LA CASA DEL TORONCHE CIA. LTDA.”

Logo: la imagen que se usara en las publicaciones para que las personas puedan identificar a nuestro producto es el siguiente:

LOGOTIPO

Gráfico N° 3



Elaboración: La Autora

Slogan

El slogan es la frase clave con la cual nuestra empresa reflejara su filosofía y por el cual va a ser recordada por los consumidores, por ello nuestro slogan es el siguiente:

Productos del campo, que a tu paladar deleitara!

Atributos del producto

Calidad: nuestro producto será de calidad debido a que contaremos con los respectivos procesos productivos para elaborar el producto, así como

también la maquinaria necesaria y personas capacitadas para llevar a cabo estos procesos.

Sabor: será dulce y nutritivo, pues posee un sabor exquisito debido a que es una fruta no tradicional que cuenta con características similares a las del babaco.

Diferenciación: las personas conocen de la existencia de mermeladas y dulces elaborados de gran variedad de frutas, pero no existe una empresa que produzca dulce elaborado a base de toronche, motivo por el cual se pretende captar la atención de los consumidores por ser un producto nuevo y diferente lo cual nos beneficiara ya que el consumidor se decidirá a probarlo y así irán conociendo el producto, para de esta forma ir ganando mercado.

➤ **PRECIO**

La correcta determinación del precio permite a la empresa ser competitiva durante los años de vida del proyecto. Por ello plantearemos el precio tomando en cuenta los costos de producción más un porcentaje de utilidad, en este caso tomamos el 26% de utilidad con lo que el precio de venta al público será de \$1,20

➤ **PLAZA**

El producto será comercializado en la ciudad de Loja, específicamente en una segmentación de mercado de las familias de la ciudad. La

comercialización se la hará en forma indirecta, es decir, con la participación de intermediarios como tiendas, bodegas, supermercados, que son los que comercializan este producto.



➤ PROMOCIÓN

Promoción del producto

La empresa realizara promociones a los clientes que adquieran nuestro producto al contado y en una cantidad promedio de 20 frascos de dulce de toronche de 250 gramos, a estos se les entregara un frasco adicional.

PUBLICIDAD

La empresa “LA CASA DEL TORONCHE Cía. Ltda.” para dar a conocer su producto utilizara los siguientes medios de comunicación masivos como:

Medios impresos: Se dará a conocer al público del nuevo producto a través de hojas volantes en las cuales conste toda la información acerca del dulce de fruta.

Radio: La radio permite transmitir información audible a cualquier hora por este motivo se contratara un paquete publicitario en una radio de la que tiene

un amplio grado de sintonía en la ciudad de Loja como es **RADIO BOQUERON 93.7** el cual es transmitido de lunes a viernes en el horario de 14:00 a 18:00, se realizaran 3 menciones y 3 cuñas publicitarias durante el programa tres veces por semana.

CUADRO Nº 31 PUBLICIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ESPECIFICACIÓN	MENSAJE	LUGAR DE APLICACIÓN.
RADIO	Dar a conocer mediante un audio, las características y beneficios de consumir dulce de toronche, así como también el precio y los lugares donde puede adquirir el producto.	Boquerón 93.7 Horario 14:00 a 18:00 3 menciones y 3 cuñas publicitarias.
Publicidad volante	Medio escrito informativo donde se presentan las características del producto.	Diferentes sectores de la ciudad

Fuente: Medios de Comunicación

Elaboración: La Autora.

ESTUDIO TÉCNICO

CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad instalada es el volumen total de producción de la maquinaria, utilizando el 100% de producción; siendo también la capacidad máxima que puede brindar la empresa en cuanto a producción, dependiendo de la demanda insatisfecha para poder ofrecer sus productos.

El tiempo de producción del dulce de toronche es cada 3 horas 240 envases de 250 gramos, por lo que trabajando las 24 horas diarias nos da como resultado 1920 envases diarios que multiplicados por los 360 días al año (5 días restantes son días festivos obligatorios según lo estipula la Ley) lo que nos da un total de 691200 envases de dulce anual.

De esta manera, la capacidad instalada será la siguiente:

Cuadro Nº 32 CAPACIDAD INSTALADA

AÑO	Producción/3h	Producción diaria/24 h	Producción anual
0	240	1920	691200

Elaboración: la autora

CAPACIDAD UTILIZADA

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

El tiempo de producción es de 8 horas diarias los 5 días de la semana y las 52 semanas del año; así, si se produce 240 envases de 250 gramos de dulce de toronche cada 3 horas, en las 40 horas semanales la producción será de 3200 envases que multiplicadas por las 52 semanas que tiene el año nos da como resultado 166400 envases anualmente. De esta manera, la capacidad utilizada será la siguiente:

Cuadro N° 33 CAPACIDAD UTILIZADA

AÑO	Producción/3h	Producción 40 h semana	Producción anual
0	240	3200	166400

Elaboración: la autora

En el presente proyecto la capacidad utilizada para el año base de vida útil será del 100%, para el primer año será del 90%, para el año dos el 92% y para los años siguientes el 95%. A continuación se presenta la capacidad utilizada para los 5 años de vida útil del proyecto.

CUADRO N° 34 CAPACIDAD UTILIZADA

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	%	CAPACIDAD UTILIZADA
0	166400	100	166400
1	166400	90	149760
2	166400	90	149760
3	166400	90	149760
4	166400	90	149760
5	166400	90	149760

Fuente: Cuadro N° 33

Elaboración: La Autora

Entonces:

Capacidad instalada	691200	100%
Capacidad utilizada	166400	x



Entonces la empresa tendrá una participación del 24,07% de la capacidad instalada al 100%.

DEMANDA INSATISFECHA Y PARTICIPACION EN EL MERCADO

Para determinar la participación de la empresa en el mercado se tomó datos de la demanda insatisfecha y capacidad utilizada; el procedimiento se lo realizó de la siguiente manera: se multiplicó la capacidad utilizada por 100 y se la dividió para la demanda existente, es decir $166400 \times 100 / 799876$ obteniendo un porcentaje de participación en el mercado del 20,80% para el año 0 que es el año base y para el primer año el 18,24%.

**CUADRO Nº 35 DEMANDA INSATISFECHA Y PARTICIPACION EN EL
MERCADO**

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD UTILIZADA	% DE PARTICIPACIÓN
0	799876	166400	20,80
1	821077	149760	18,24
2	842820	149760	17,77
3	865154	149760	17,31
4	888097	149760	16,86
5	911629	149760	16,43

Fuente: Cuadro nº 30, 34

Elaboración: La Autora

LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

En este aspecto, determinamos el lugar exacto donde se va a instalar la empresa, es decir, precisar cuál es la mejor localización que permita ahorrar recursos y lógicamente aumentar la producción.

FACTORES DE LOCALIZACIÓN

Son aquellos que permitirán el mejor desempeño de la empresa, además de orientar la producción en el espacio. El lugar donde se programara la instalación de la planta productora de dulce de toronche, cuenta con los siguientes factores:

Insumos: para la disponibilidad de la materia prima, nuestra empresa contara con apoyo de distribuidores locales.

Mano de obra: para la puesta en marcha del proyecto, será necesario mano de obra calificada, la cual se encuentra disponible en la ciudad de Loja.

Servicios básicos: es necesario que la empresa disponga de estos, pues contribuirán al mejor funcionamiento de la misma, estos servicios necesarios son: agua, luz eléctrica, servicio telefónico y alcantarillado.

Vías de comunicación: otro factor importante para la puesta en marcha de toda empresa es la disponibilidad de vías de comunicación que faciliten la

transportación de la materia prima, así como para la distribución del producto final.

Mercado potencial: lo constituyen las familias de la ciudad de Loja.

Dentro de la localización tenemos los principios fundamentales, los mismos que marcan dos etapas que se complementan entre ellas, y son: la macro localización y la micro localización.

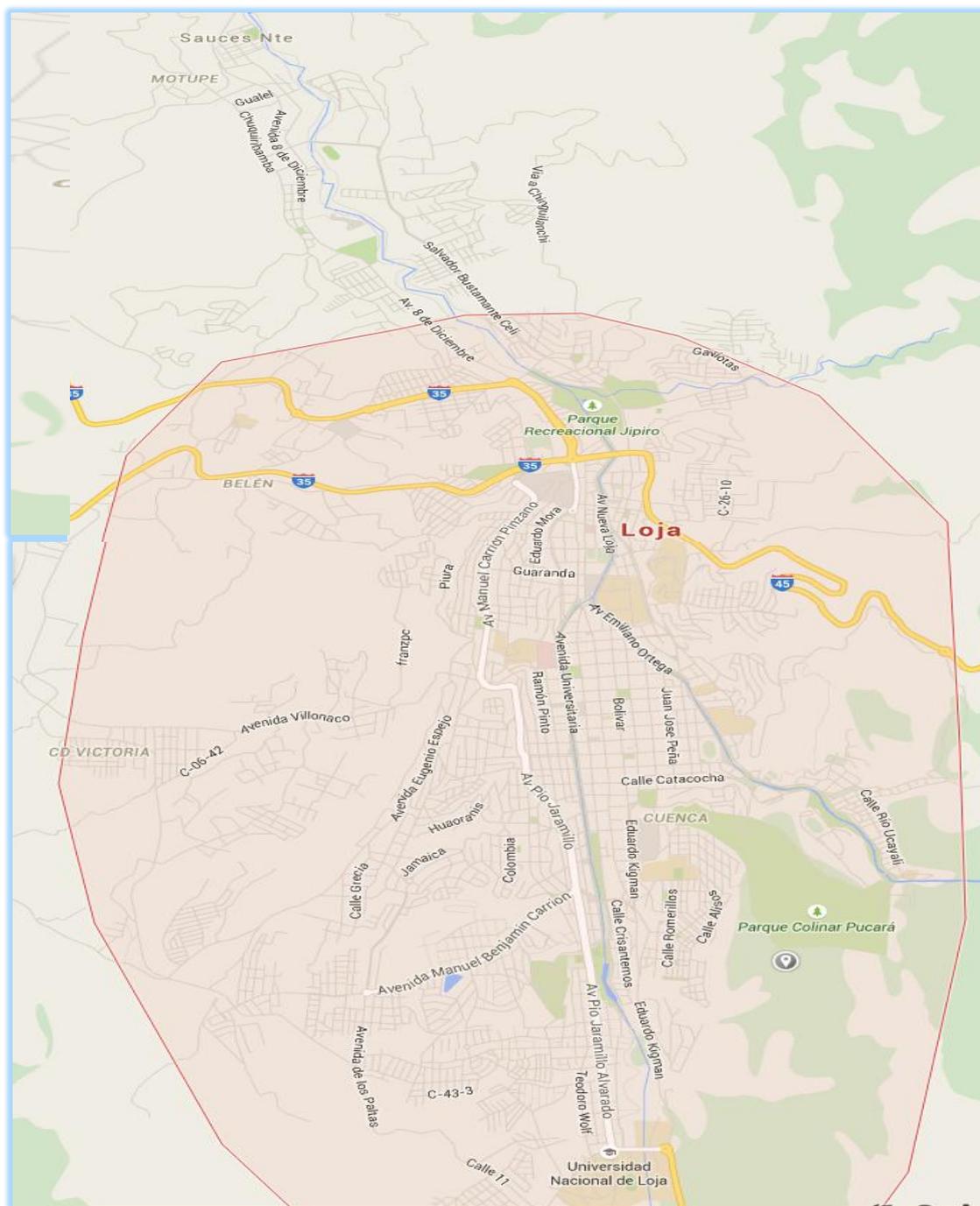
MACRO LOCALIZACIÓN

Tiene por objeto determinar la región o territorio en la que el proyecto tendrá influencia con el medio, en este caso es en la ciudad de Loja. Para seleccionar el lugar óptimo, en donde se pueda producir con efectividad, se debe buscar el lugar en el cual la producción y comercialización del dulce de toronche sea de la mejor forma y a su vez determinar factores como: clima, disponibilidad de materia prima, comunicaciones, entre otras

MACRO LOCALIZACIÓN

Mapa de la ciudad de Loja.

Gráfico N° 38



Ingeniería del proyecto.

Estructurar la ingeniería del proyecto permitirá planificar aspectos tales como: instalación de equipo, funcionamiento, secuencia de procesos y distribución física para determinar el personal a utilizarse.

Proceso productivo.

El proceso de producción, es el procedimiento técnico que utiliza una unidad de producción o un proyecto para la obtención de bienes y servicios a partir de los insumos y se identifica como el proceso de transformación de una serie de insumos para convertirlos en productos, mediante una determinada función de producción.

1. Recepción de la materia prima

En esta etapa se procede a recibir la materia prima para inspeccionarla y proceder a almacenarla. Nuestra principal materia prima es: TORONCHE MADURO, además de azúcar y otros insumos.

2. Pesado de la materia prima

El objetivo de esta etapa es conocer con exactitud la cantidad de materia prima que entrega el proveedor y a partir de esta cantidad se podrá determinar el rendimiento del dulce de la fruta.

3. Lavado, pelado y despulpado del toronche.

La fruta que va ser procesada es sometida a una máquina de lavado de frutas, utilizando para ello un tanque de inmersión con turbulencia y una ducha de aspersion plana para terminar el lavado superficial del producto. Una vez que la fruta sale limpia pasa a ser seleccionada para ver que este en ben estado y así proceder a sacar la corteza del toronche, pero con el debido cuidado para dejar solamente la pulpa.

4. Cocción y concentración a 16° brix

Se cocina el toronche, hasta que esté en concentración de 16° brix.

5. Agregación de insumos

Luego de que este en los 16° brix, procedemos a agregar la panela solamente en un 10%

6. Concentración a 32° brix

Seguimos la cocción hasta que esté en los 32° brix.

7. Adición de panela

Procedemos a agregar azúcar en un 90%

8. Concentración a 64° brix

Seguimos la cocción hasta que esté en los 64° brix.

9. Adición de sorbato de potasio y benzoato de sodio

Cuando este en los 64° brix adicionamos el ácido cítrico y benzoato de sodio.

10. Enfriado

Dejamos enfriar el producto terminado

11. Envasado/ etiquetado

Luego de haber enfriado el dulce de toronche, se procede al envasado y etiquetado del producto final.

12. Inspección del dulce de zapallo

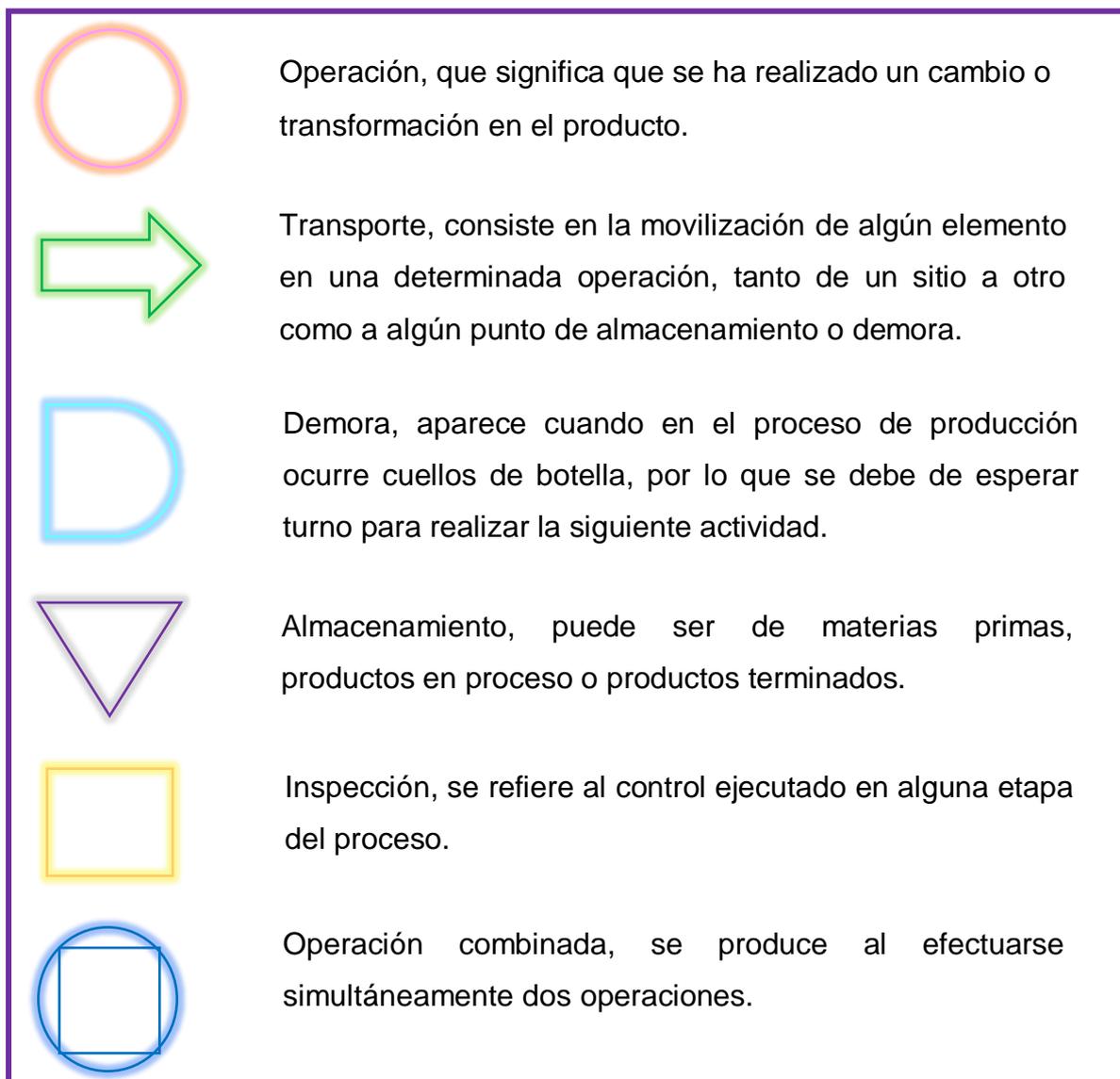
Se procede a verificar que los envases estén llenos y bien etiquetados y sellados.

13. Almacenamiento y Comercialización

Se procede al almacenamiento del producto final ya su distribución para que llegue al consumidor final.

DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

El diagrama de flujo del proceso describe simbólicamente el proceso de elaboración de un producto. Los símbolos internacionalmente aceptados en la elaboración de estos diagramas son:



A continuación se presentara las diversas etapas por las que debe atravesar el proceso productivo para llegar a obtener el dulce de toronche.

FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE DULCE DE TORONCHE (para producir 240 envases cada 3 horas)

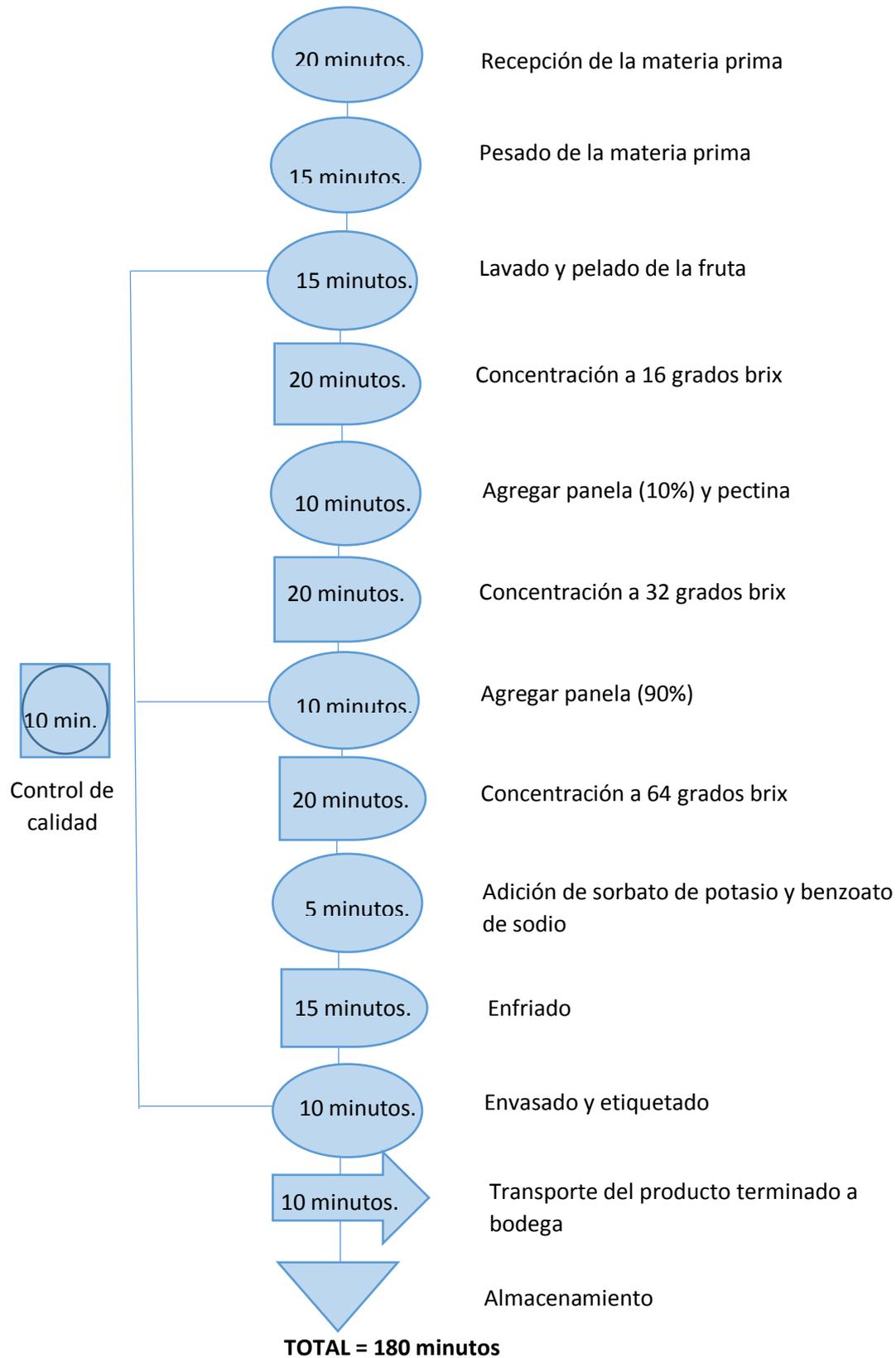
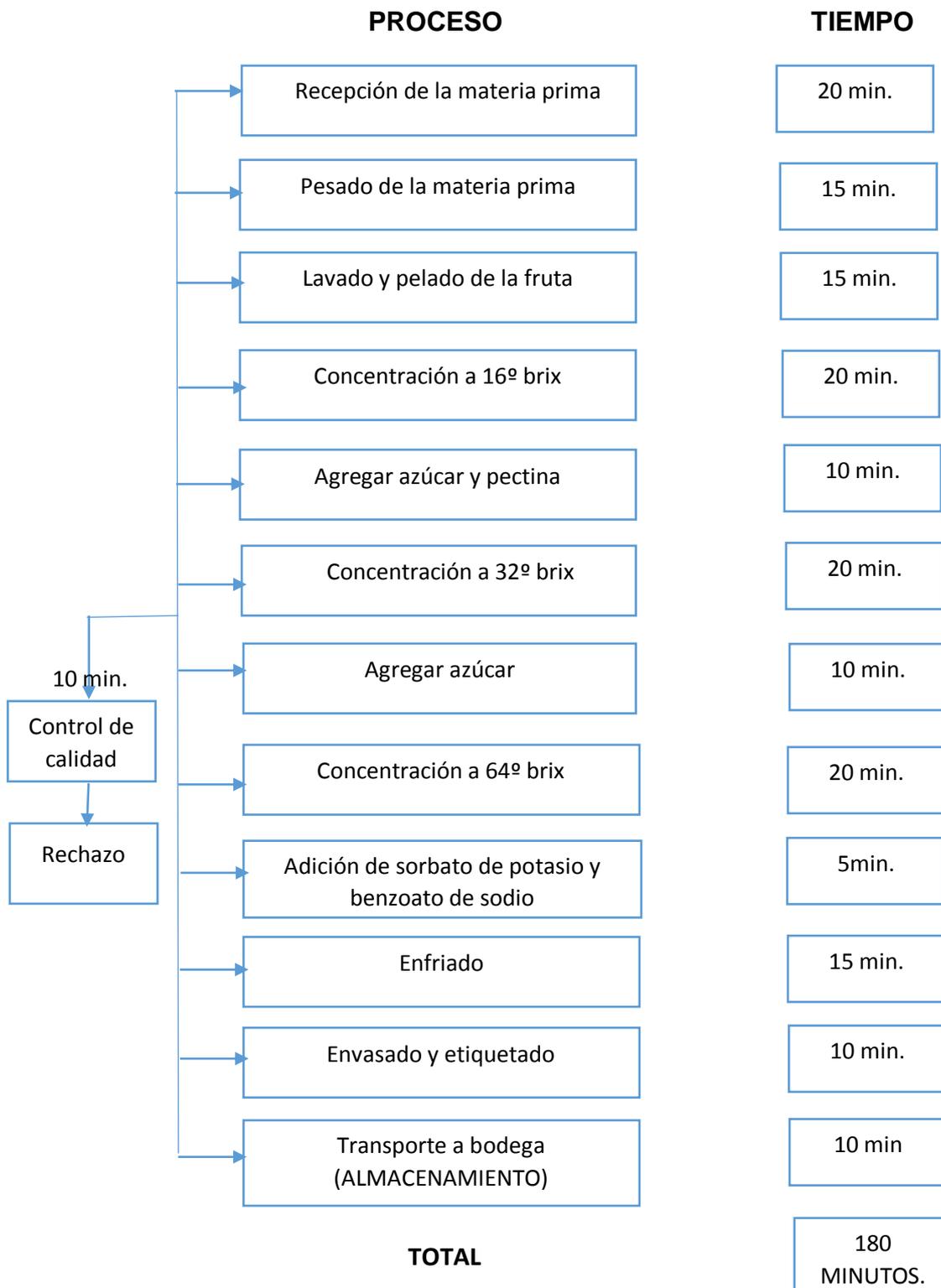


DIAGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO PARA LA ELABORACION DEL DULCE DE TORONCHE



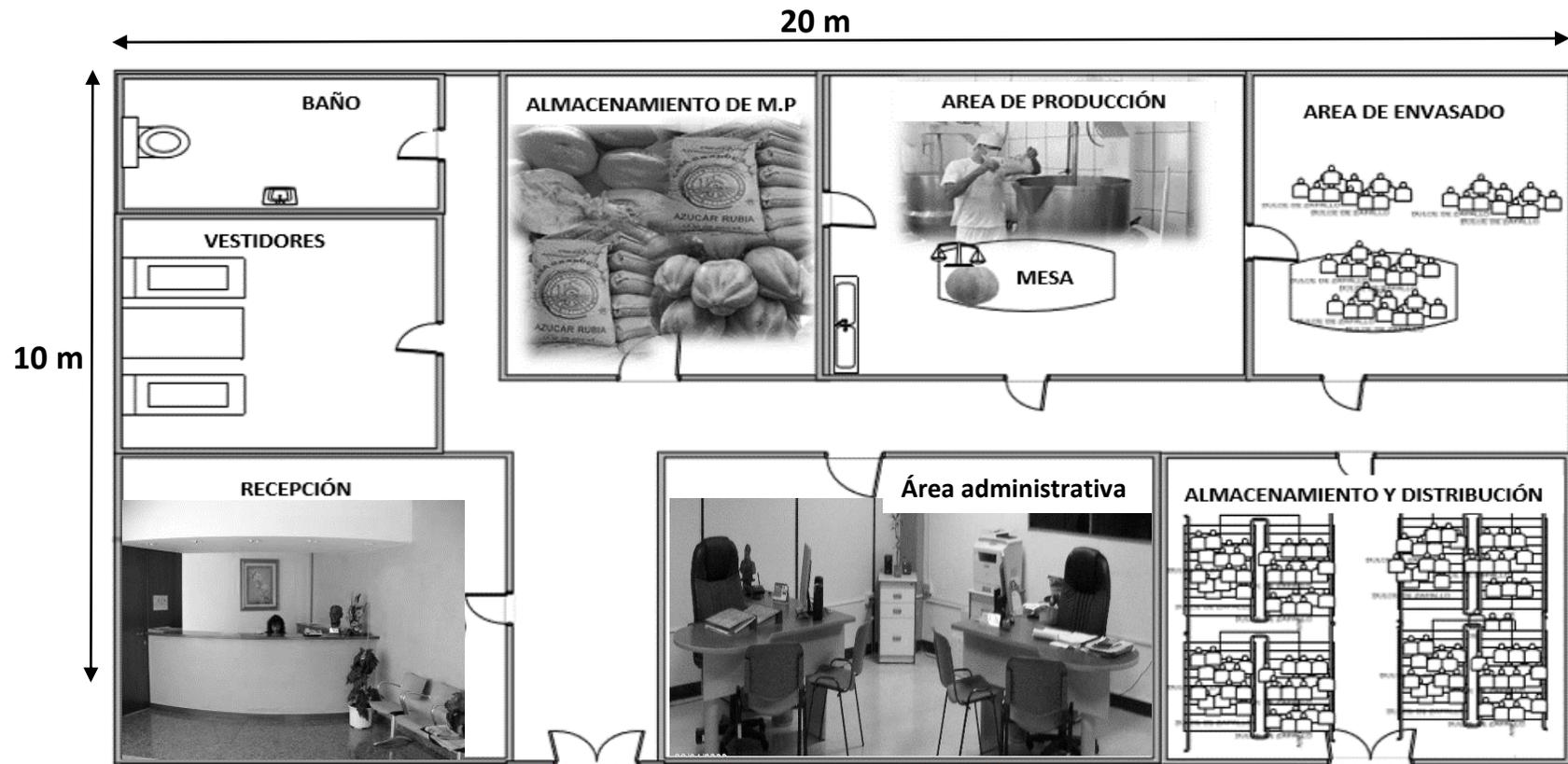
Distribución de la planta

Una adecuada distribución de la planta de producción, proporcionara las mejores condiciones para realizar un trabajo aceptable con un proceso de producción que ahorre costos y un lugar que proporcione seguridad a todo el personal.

Es importante que la planta esté bien distribuida, por ello para la producción del dulce de toronche la planta estará distribuida de la siguiente manera:

- Bodega (almacenamiento de la materia prima)
- Área de producción.
- Área de envasado.
- Área administrativa
 - ✓ Gerencia
 - ✓ Contabilidad
 - ✓ Ventas
- Recepción
 - ✓ Baños y vestidores
- Almacenamiento y distribución producto terminado.

GRÁFICO N° 40 DISTRIBUCION DE LA PLANTA PROCESADORA DE DULCE DE TORONCHE



Elaboración: La Autora

REQUERIMIENTOS PARA LA PRODUCCIÓN DE DULCE DE TORONCHE

Cuadro N° 40 Descripción de la maquinaria y equipo

Etapa	Equipo Utilizado	Cantidad	Vida útil
Lavado	Lavadora de frutas	1	10 años
Pelado y despulpado	Despulpadora de fruta	1	10 años
Cocción	Tacho cocinador y batidor	1	10 años
Envasado	Dosificadora y selladora	1	10 años
Medición de ° brix	Refractómetro	1	10 años

Fuente: Empresas Comerciales

Elaboración: La Autora

Lavadora de frutas

Gráfico N° 41



Lavadora de frutas de inmersión y aspersion. Se utiliza para lavar frutas y hortalizas de hasta 10 cm. Utilizando para ello un tanque de inmersión con turbulencia y una ducha de aspersion plana para terminar el lavado superficial del producto.

Despulpadora de fruta

Marca JAVAR DF-300, fabricación en acero inoxidable con capacidad de 200 a 500 Kg por hora promedio.

Gráfico N° 42



Tacho cocinador y batidor para dulces

Gráfico N° 43



Llamado como tacho dulcero, es equipado con una fuente de calor a gas con regulador de temperatura con capacidad de 22 kg por cada carga de producción, aspas giratorias accionadas por motor con su control y de accionamiento

eléctrico. Su tacho debe es de acero inoxidable alimenticio.

Máquina Dosificadora Selladora

Gráfico N° 44

Máquina dosificadora selladora para envasar productos líquidos y pastosos, en fundas prefabricadas o envases rígidos de plástico o vidrio, por sistema volumétrico y que incorpora un conjunto de sellado con mordazas dentadas de temperatura constante.

Capacidad aproximadamente 10 envases por minuto. Formatos: Cualquier tamaño de botellas o fundas hasta máximo 200 mm de ancho. Apto para envases de PVC, Polietileno, PET, o vidrio. Fundas de material termosellable.



Refractómetro RHB 90 Atc 58-90° brix 38-43 Baume



Gráfico N° 45

Resistente y de cuerpo de aluminio liviano.

Alta calidad y resultados de prueba precisos.

ATC rango de compensación (Sistema de compensación automática temperatura incorporado) de 10°C a 30°C

Fácil y muy cómodo de usar

Calibración sencilla mediante el mini destornillador.

ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVO

Organización legal

Para la organización jurídica se ha previsto la implementación de una compañía de Responsabilidad Limitada, de conformidad al Art. 92 de la ley de Compañías, que en su parte pertinente dice “La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura.”

Nombre de la empresa:

El nombre bajo el cual operara la empresa se denomina “La casa del toronche Cía. Ltda.”

Domicilio:

La empresa estará ubicada en la ciudad de Loja, barrio la banda sector Norte.

Capital Social:

De acuerdo a lo establecido por la Ley de Compañías, art.102 el capital social estará conformado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías.

Objetivo social:

Al constituirse la empresa “La casa del toronche Cía. Ltda.” tendrá como objetivo la producción y comercialización de dulce de toronche.

Plazo de Duración:

El plazo de duración es de 5 años a partir de la fecha de suscripción de la misma en el Registro Mercantil, pero podrá disolverse en cualquier tiempo o prorrogar su plazo si así lo resuelve la junta general de socios considerando la forma prevista por la ley.

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

Es necesario determinar una estructura administrativa que le permita a la nueva empresa, realizar sus funciones de manera más eficiente. Por ello los niveles administrativos de la empresa “La casa del toronche Cía. Ltda., está establecida por 5 niveles jerárquicos que son:

Nivel directivo: Sus funciones principales son; legislar políticas, crear y normas procedimientos que debe seguir la organización, así como también realizar reglamentos, decretar resoluciones que permitan el mejor desenvolvimiento administrativo y operacional de la empresa. Este organismo constituye el primer Nivel jerárquico de la empresa, formado principalmente por la Junta General de socios.

Nivel ejecutivo: Es el segundo al mando de la organización, es el responsable del manejo de la organización, su función consistente en hacer

cumplir las políticas, normas, reglamentos, leyes y procedimientos que disponga el nivel directivo. Así como también planificar, dirigir, organizar, orientar y controlar las tareas administrativas de la empresa.

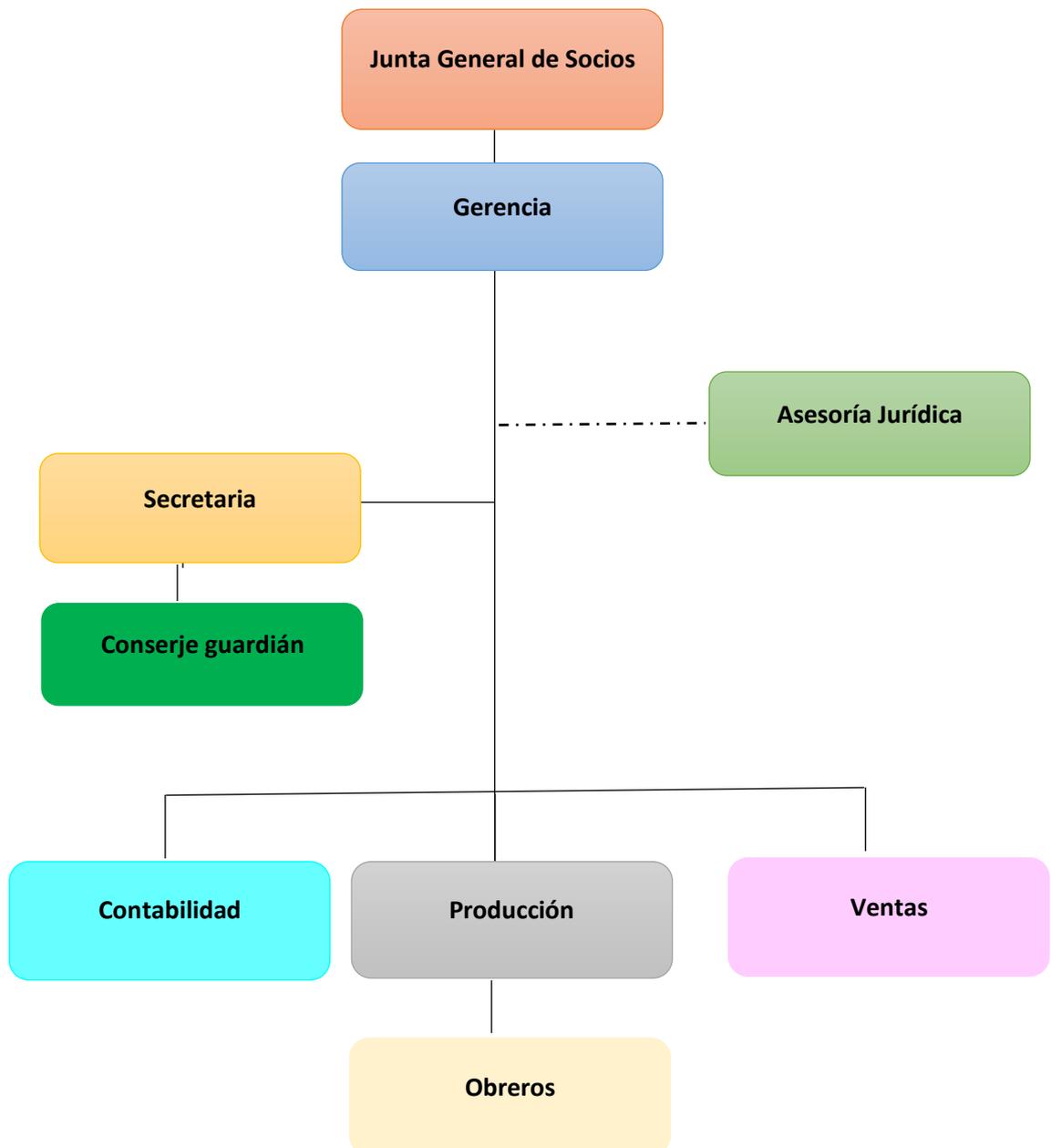
Nivel asesor: No tiene autoridad en mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, contable y demás áreas que tenga que ver con la empresa. Lo constituye la persona que contratara la empresa en forma temporal según las necesidades de la misma, estará integrada por un Asesor Jurídico.

Nivel auxiliar o de apoyo: Apoya a los otros niveles administrativos, en la prestación de servicios, en forma oportuna y eficiente, y se encuentra conformado por la secretaria y el conserje.

Nivel operativo: Es el responsable de directo de la ejecución de las actividades básicas de la empresa. Dentro de este nivel está el departamento de finanzas, producción y Ventas.

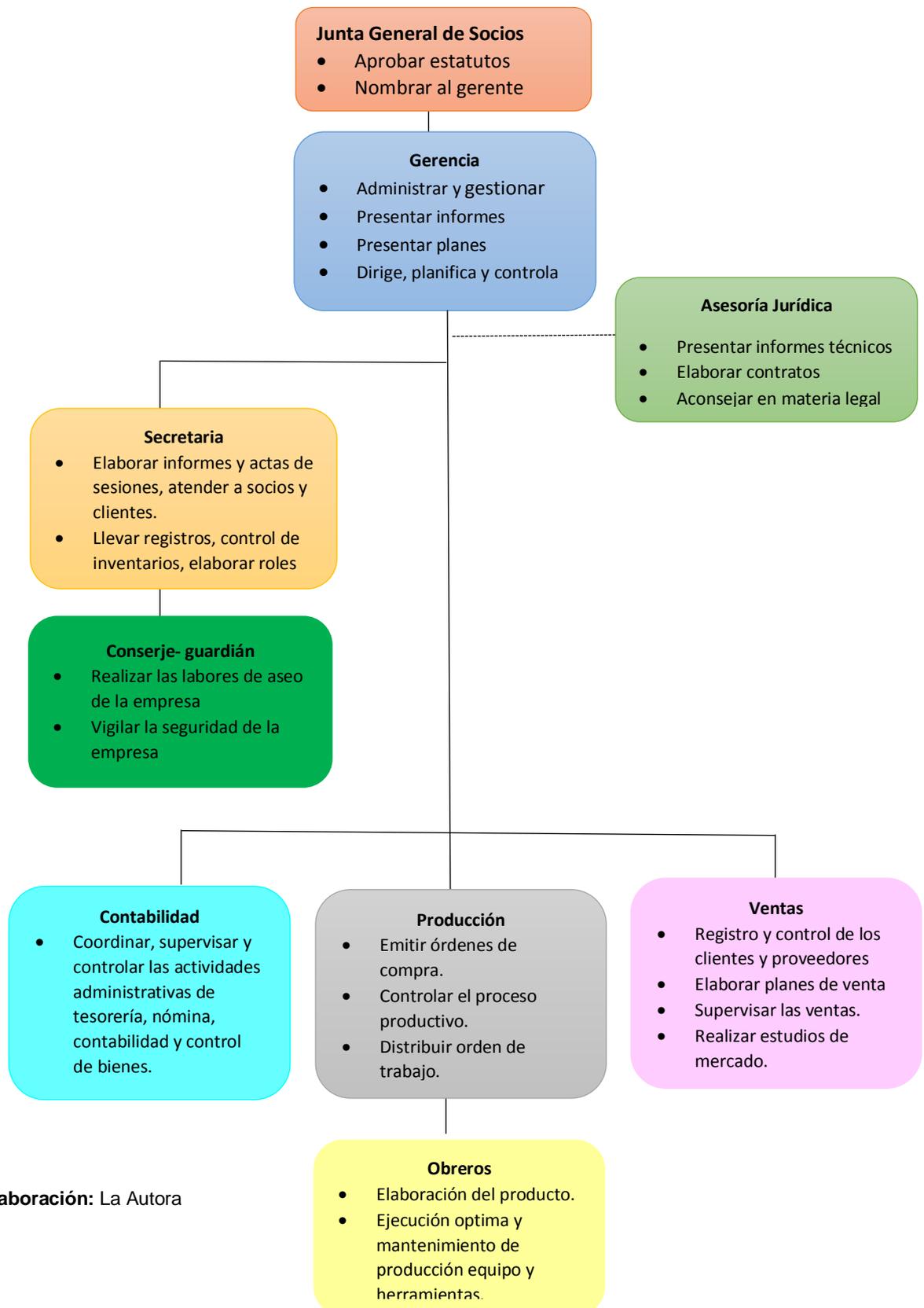
ORGANIGRAMAS

“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”. (Vázquez, 1985)

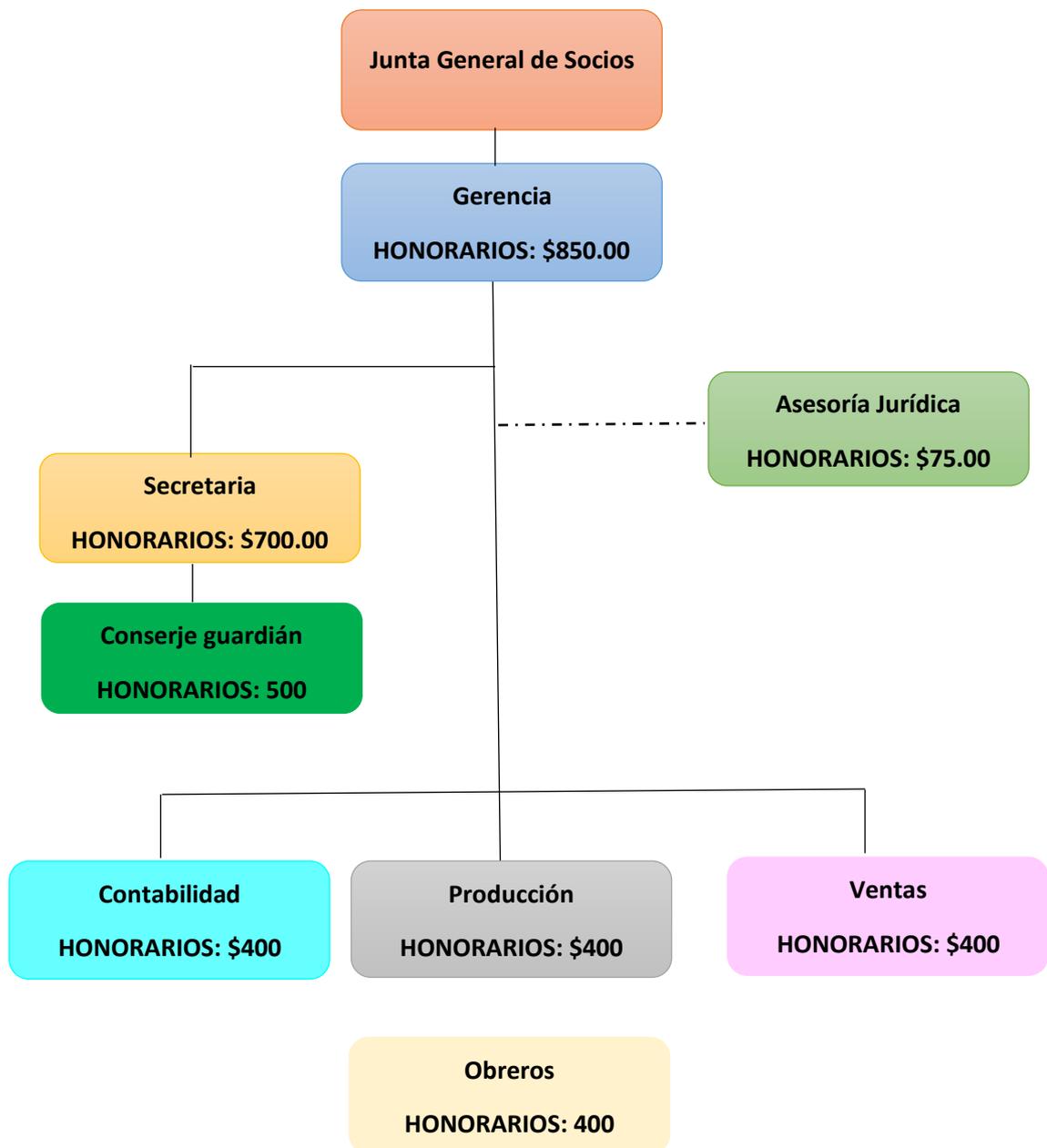
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Elaboración: La Autora

ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Elaboración: La Autora

ORGANIGRAMA POSICIONAL

Elaboración: La Autora

MANUAL DE FUNCIONES

MANUAL DE FUNCIONES DEL GERENTE

“La casa del Toronche Cía. Ltda.” 	MANUAL DE FUNCIONES “La casa del Toronche Cía. Ltda.”	CÓDIGO	001
		FECHA DE APROBACIÓN	
		Diciembre 2015	
I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO		GERENTE	
UNIDAD DE DEPENDENCIA		Asamblea general de socios	
SUBALTERNOS		Todo el personal	
NIVEL JERÁRQUICO		Ejecutivo	
II. NATURALEZA DEL PUESTO			
Llevar el proceso administrativo de la Compañía			
III. FUNCIONES TÍPICAS			
<ul style="list-style-type: none"> • Planifica lo que va a realizar la empresa. • Organizar en forma coordinada los recursos y actividades materiales, técnicas y humanas. • Ejecutar la planificación estratégica trazada. • Controlar la ejecución del plan para realizar los ajustes correspondientes. • Representar legalmente a la empresa • Seleccionar al personal idóneo para que trabaje en la empresa. • Hacer cumplir la ley, los estatutos y las resoluciones de la junta general. • Delegar bajo su responsabilidad, funciones específicas en otro funcionario de la empresa. 			
IV. CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE			
<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad económica, técnica y administrativa en la ejecución de las tareas. • Iniciativa y criterio para resolver problemas que se pudieran presentar en la empresa. 			
V. REQUISITOS MÍNIMOS			
EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Título en Ingeniería Comercial o afines • Tener conocimientos de informática como: Excel, Word, etc. • Espíritu de liderazgo, emprendedor y motivador • Experiencia Mínima de 2 años en trabajos afines. 		

MANUAL DE FUNCIONES DEL ASESOR JURÍDICO

“La casa del Toronche Cía. Ltda” 	MANUAL DE FUNCIONES “La casa del Toronche Cía. Ltda”	CÓDIGO	002
		FECHA DE APROBACIÓN	
		Diciembre 2015	
I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO		ASESOR JURÍDICO	
UNIDAD DE DEPENDENCIA		Gerente	
SUBALTERNOS		Ninguno	
NIVEL JERÁRQUICO		Asesor	
II. NATURALEZA DEL PUESTO			
Asesorar e informar sobre proyectos relacionados con la empresa, así como también intervenir en los asuntos legales y jurídicos de la empresa.			
III. FUNCIONES TÍPICAS			
<ul style="list-style-type: none"> • Revisar y analizar actividades relacionadas con la compra de bienes e inmuebles, derechos, acciones y más. • Facilitar asesoría o requerimientos de la Junta general de Socios, gerencia o demás unidades de la empresa. • Preparar informes y dictámenes de orden legal. • Patrocinar en defensa de la empresa en juicios de cualquier índole relacionado con sus actividades. • Participar en reuniones en Junta de socios. • Preparar memorándums, informes sobre orden jurídico que sean solicitados por los miembros ejecutivos de la empresa. 			
IV. CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE			
<ul style="list-style-type: none"> • Se caracteriza por mantener autoridad funcional y tener una participación eventual en la empresa, pero no toma decisiones. 			
V. REQUISITOS MÍNIMOS			
EDUCACIÓN		<ul style="list-style-type: none"> • Título en Doctor en Jurisprudencia. • Experiencia de dos años en funciones similares. 	

MANUAL DE FUNCIONES DE LA SECRETARIA

“La casa del Toronche Cía. Ltda.” 	MANUAL DE FUNCIONES “La casa del Toronche Cía. Ltda.”	CÓDIGO	003
		FECHA DE APROBACIÓN	
		Diciembre 2015	
VI. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO		SECRETARIA	
UNIDAD DE DEPENDENCIA		Gerente	
SUBALTERNOS		Conserje- guardián	
NIVEL JERÁRQUICO		Auxiliar	
VII. NATURALEZA DEL PUESTO			
Brindar a su jefe un apoyo incondicional con las tareas establecida, además de acompañar en la vigilancia de los procesos a seguir			
VIII. FUNCIONES TÍPICAS			
<ul style="list-style-type: none"> • Registrar tarjetas de control de los empleados • Elaborar oficios y guías • Elaborar órdenes de pago • Atender y orientar al público que solicite los servicios productos de una manera cortés amable para que la información sea más fluida y clara • Redactar actas de las cesiones de la Junta general de Accionistas • Hacer y recibir llamadas telefónicas para tener informado al gerente de los compromisos y demás asuntos. • Elaborar cuadros de rutas de los diferentes trabajos de cada mes • Elaborar contratos de trabajo. 			
IX. CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE			
<ul style="list-style-type: none"> • Recibir e informar asuntos que tenga que ver con el departamento correspondiente, para que todos estén informados. 			
X. REQUISITOS MÍNIMOS			
EDUCACIÓN		<ul style="list-style-type: none"> • Título de tecnóloga en secretariado ejecutivo • Buena presencia. • Facilidad de expresión verbal y escrita. • Facilidad para interactuar en grupos. • Dominio de Windows, Microsoft Office, Internet • Experiencia Mínima de 1 años en trabajos afines. 	

MANUAL DE FUNCIONES CONTADORA

<p>“La casa del Toronche Cía. Ltda.”</p> 	<p>MANUAL DE FUNCIONES</p> <p>“La casa del Toronche Cía. Ltda.”</p>	CÓDIGO	004
		FECHA DE APROBACIÓN	
		Diciembre 2015	
I DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO		CONTABILIDAD	
UNIDAD DE DEPENDENCIA		Gerente	
SUBALTERNOS		Ninguno	
NIVEL JERÁRQUICO		Operativo	
II NATURALEZA DEL PUESTO			
La Inversión, el Financiamiento y las decisiones sobre los dividendos de una organización.			
III FUNCIONES TÍPICAS			
<ul style="list-style-type: none"> • Administrar los recursos financieros de la empresa para realizar operaciones como: compra de materia prima, adquisiciones de máquinas y equipos, pago de salarios entre otros. • Planear, obtener y usar los fondos para maximizar el valor de la organización. • Elaboración de presupuestos que muestren la situación económica y financiera de la empresa • Manejo y supervisión de la contabilidad y responsabilidades tributarias con el SRI. Asegura también la existencia de información financiera y contable razonable y oportuna para el uso de la gerencia. • Encargado de todos los temas administrativos relacionados con recursos humanos, nómina, préstamos, descuentos, vacaciones, etc. • Manejo del archivo administrativo y contable. 			
IV CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE			
<ul style="list-style-type: none"> • Optimización del proceso administrativo, el manejo inventario, y todo el proceso de administración financiera de la organización. 			
V REQUISITOS MÍNIMOS			
EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Ingeniero en finanzas, Contabilidad o Carreras afines • Manejar los programas informáticos contables. • Capacidad para trabajar en equipo • Persona de buen trato, amable, cortés y seria. • Persona proactiva y organizada. • Experiencia Mínima de 1 años en trabajos afines. 		

MANUAL DE FUNCIONES DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN

<p>“La casa del Toronche Cía. Ltda.”</p> 	<p>MANUAL DE FUNCIONES</p> <p>“La casa del Toronche Cía. Ltda.”</p>	CÓDIGO	005
		FECHA DE APROBACIÓN	
		Diciembre 2015	
I DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO		DEPARTAMENTO DE PRODUCCION	
UNIDAD DE DEPENDENCIA		Gerente	
SUBALTERNOS		Operarios	
NIVEL JERÁRQUICO		Operativo	
II NATURALEZA DEL PUESTO			
Dirección de planes de producción, política de compras y logística de materias primas.			
III FUNCIONES TÍPICAS			
<ul style="list-style-type: none"> • Cooperar con el departamento comercial para adaptar la producción a las necesidades de los clientes. • Planificar la producción según las especificaciones de materiales, procesos, plazos, instalaciones, etc. • Coordinar y supervisar el diseño, construcción y montaje de las nuevas instalaciones productivas, así como vigilar el mantenimiento de las existentes. 			
IV CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE			
<ul style="list-style-type: none"> • Optimización del proceso de producción. 			
V REQUISITOS MÍNIMOS			
EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Ingeniero en Alimentos o afines. • Conocimiento en producción y alimentos. • Manejo de los sistemas productivos y de calidad. • Experiencia Mínima de 2 años en trabajos afines. 		

MANUAL DE FUNCIONES DEPARTAMENTO DE VENTAS

“La casa del Toronche Cía. Ltda.” 	MANUAL DE FUNCIONES “La casa del Toronche Cía. Ltda.”	CÓDIGO	006
		FECHA DE APROBACIÓN	
		Diciembre 2015	
XI. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	DEPARTAMENTO DE VENTAS		
UNIDAD DE DEPENDENCIA	Gerente		
SUBALTERNOS	Ninguno		
NIVEL JERÁRQUICO	Operativo		
XII. NATURALEZA DEL PUESTO			
Lograr metas establecidas en el presupuesto de ventas de la empresa, manteniendo de forma activa las relaciones con el cliente, logrando una fidelización del mismo.			
XIII. FUNCIONES TÍPICAS			
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar prospecciones, organizar el tiempo, intentar descubrir nuevos sectores, establecer contacto previo con el cliente, preparar las rutas, preparar las visitas. • Administrar coherentemente su agenda de trabajo. • Vender los productos que ofrece empresa. • Realizar investigaciones constantes acerca del mercado y sus precios. • Asesorar de manera real y objetiva a los clientes y sus necesidades. • Brindar información de los descuentos y promociones de los servicios • Prestar atención a las opiniones de los clientes 			
XIV. CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE			
<ul style="list-style-type: none"> • Consolidar la imagen corporativa de la organización. • Mejorar continuamente nuestro desempeño hacia el cliente 			
XV. REQUISITOS MÍNIMOS			
EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Título de Tecnólogo en Ventas o afines. • Contar con una buena expresión oral, léxico, actitud y presentación personal • Hoja de vida con todos los documentos en regla (cedula/certificado de votación, record policial) • Referencias personales del trabajo anterior • Facilidad para interactuar en grupos. • Experiencia Mínima de 1 años en trabajos afines. 		

MANUAL DE FUNCIONES OBREROS

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

ESTUDIO FINANCIERO

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

Las inversiones que el proyecto tendrá serán de tres tipos de activos:

- Activos fijos,
- Activos intangibles y,
- Capital de trabajo.

a. Activos fijos e intangibles

Se compone por todos los bienes propiedad de la empresa que no son objeto de sus transacciones comunes, ya que son los indispensables para la realización de su proceso productivo.

Estos bienes son: terrenos, adecuaciones e instalaciones, edificios, maquinaria, vehículo, herramientas entre otros. Se llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que con ello ocasione problemas a sus actividades productivas.

- **Maquinaria y Equipos.-** Se refiere a toda la maquinaria que se empleará para llevar a cabo el proceso productivo de forma eficiente y efectiva.

CUADRO Nº 41 MAQUINARIA Y EQUIPO

DENOMINACIÓN	CANT	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Lavadora de frutas	1	1200	1200
despulpadora	1	2000	2000
Tacho cocinador y batidor para dulces	1	980	980
Maquina dosificadora selladora	1	1200	1200
Balanza industrial	1	600	600
Refractómetro	1	999	999
TOTAL			6979

Fuente: Supernordicos Corona

Elaboración: la autora

- **Herramientas.-** Constituyen los instrumentos manuales que permitirán realizar las actividades dentro del proceso de producción.

CUADRO Nº 42 HERRAMIENTAS

DENOMINACIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cucharas metálicas	3	10,00	30
Mesas grandes metálicas	2	450,00	900
TOTAL			930

Fuente: Supernordicos Corona, y Centro comercial

Elaboración: La autora

- **Muebles y Enseres.-** Se relaciona con el mobiliario con que cuenta la empresa en las diferentes dependencias.

CUADRO Nº 43 MUEBLES Y ENSERES

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio tipo gerente	1	285	285
Sillón tipo gerente	1	185	185
Escritorio secretaria	1	150	150
sillón secretaria	1	80	80
Archivadores 4 gavetas	2	170	340
Sillas de madera	6	50	300
Estantes de archivos	2	150	300
TOTAL			1640

Fuente: Mueblería DECORHOME

Elaboración: La autora

- **Adecuaciones e instalaciones.-** Aquí se hace constar el valor de las adecuaciones del local.

CUADRO Nº 44 ADECUACIONES E INSTALACIONES

DENOMINACIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Lámparas de 10 amp.	5	8,00	40,00
Interruptores	5	0,65	3,25
Rollo de alambre Nº 12	1	18,00	18,00
Rollo de alambre Nº 10	1	23,00	23,00
Instalación medidor trifásico	1	230,00	230,00
breaker con caja	1	45,00	45,00
TOTAL			359,25

Fuente: Ferretería León

Elaboración: La autora

- **Equipo de Computación.-** Comprende el equipo informático que utilizará la empresa. El monto del equipo de cómputo asciende a \$ 3000.

CUADRO Nº 45 EQUIPO DE CÓMPUTO

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadoras	2	1000	2000
Impresora CANON L355 tinta continua	2	470	940
Teléfono	2	30	60
TOTAL PRESUPUESTO EQUIPO DE COMPUTO			3000

Fuente: MASTER PC

Elaboración: La Autora

- **Vehículo:** servirá para la transportación y distribución del producto. El monto para este rubro es de \$16.000.

CUADRO Nº 46 VEHICULO

DENOMINACIÓN	CANT.	VALOR TOTAL
Chevrolet (usada) modelo 2008	1	16000,00
TOTAL		16000,00

Fuente: Patios Edi Car

Elaboración: La Autora

DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS

Las depreciaciones son los desgastes que sufren los activos fijos.

CUADRO Nº 47

DESCRIPCION	VALOR	DEPRECIACION	VALOR RESIDUAL	VIDA ÚTIL	DEPRECIACION ANUAL
Maquinaria y equipo	6979,00	10%	697,90	10	628,11
herramientas	930,00	10%	93,00	10	83,70
instalaciones	359,25	10%	35,93	10	32,33
Muebles y enseres	1640,00	10%	164,00	10	147,60
Equipo de computo	3000,00	33,33%	999,90	3	666,70
vehículo	16000,00	20%	3200,00	5	2560,00
			5190,73		4118,44

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

Las inversiones en activos fijos se detallan a continuación:

CUADRO Nº 48 INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

ACTIVOS FIJOS	VALOR
Adecuaciones e instalaciones	359,25
Maquinaria y equipo	6979,00
Muebles y Enseres	1640,00
Herramientas	930,00
Vehículo	16000,00
Equipo de Cómputo	3000,00
TOTAL	28908,25

Fuente: cuadros Nº 41-46

Elaboración: La Autora

b. ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS

Estas inversiones se las realiza sobre activos constituidos para los servicios o derechos adquiridos necesarios para la marcha del proyecto y son susceptibles de amortización, afectando al flujo de caja indirectamente.

CUADRO Nº 49 RESUMEN ACTIVOS DIFERIDOS

CONCEPTO	VALOR
Elaboración del proyecto	1000
Gastos organizativos	250
Permiso de funcionamiento	200
Patente	150
TOTAL	1600

Elaboración: La Autora.

c. ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

Son los que debe realizarse al iniciar el funcionamiento de las instalaciones o inicio de las operaciones hasta que alcance un funcionamiento adecuado durante un ciclo productivo para una capacidad y tamaño determinado.

Para este proyecto se establecerá el capital de operación para un mes, puesto que luego de haber transcurrido este periodo se empezara a generar ingresos por ventas.

- **Materia prima directa**

Son los componentes del producto que se determina para elaborar el dulce de toronche, su cantidad está relacionada de acuerdo a la capacidad de la planta y su costo depende del lugar donde se encuentre y los proveedores. En este caso la materia prima directa está en función de la cantidad de dulce de toronche que se producirá en un mes, el mismo que su costo asciende a \$3054 mensual.

CUADRO Nº 50 MATERIA PRIMA DIRECTA

DENOMINACIÓN	UNIDAD	CANTIDAD ANUAL	PRECIO POR KILO	VALOR TOTAL
toronche	Kilos	24598	1,00	24598
panela	Kilos	12767	0,90	11490
sorbato de potasio	Kilos	37	7,50	281
benzoato de sodio	Kilos	37	7,50	281
TOTAL 1er AÑO				36650

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

PROYECCION DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA

Se realiza la proyección de los valores para los 5 años con la tasa de inflación del 4,55%.

CUADRO N° 51

AÑO	VALOR TOTAL
1	36650
2	38318
3	40061
4	41884
5	43790

Fuente: Cuadro N° 49

Elaboración: La Autora

- **Mano de obra directa**

La empresa tiene un obrero el cual realiza el proceso de producción atribuyéndole un sueldo mensual de \$1130,53

CUADRO N° 52 MANO DE OBRA DIRECTA

DENOMINACIÓN	OBrero
Básico	400
Décimo Tercer sueldo 1/12	33,33
Décimo Cuarto Sueldo SBU/12	33,33
Vacaciones 1/24	16,67
Aporte Patronal 12,15%	48,60
Fondo de reserva 1/12 desde 2do año	33,33
Total	565,27
N° obreros	2
Total mensual	1130,53
TOTAL ANUAL	13566

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora.

PROYECCION DE LA MANO DE OBRA DIRECTA

Se realiza la proyección de los valores para los 5 años con la tasa de inflación del 4,55%.

CUADRO N° 53

AÑO	VALOR TOTAL
1	13566,40
2	14183,67
3	14829,03
4	15503,75
5	16209,17

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

- **Materiales Indirectos**

Son aquellos que son indispensables para la terminación completa del proceso productivo incluye embalajes y etiquetas. El costo mensual asciende a \$2634.

CUADRO N° 54 MATERIALES INDIRECTOS

DENOMINACIÓN	UNIDAD	CANTIDAD ANUAL	PRECIO	VALOR ANUAL
Tarrinas de 250 gr.	Unidad	150000	0,20	30000
Etiquetas	Unidad	150000	0,01	1500
Cartones	Unidad	3750	0,03	113
TOTAL 1er año				31613

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

PROYECCION DE MATERIALES INDIRECTOS

Se realiza la proyección de los valores para los 5 años con la tasa de inflación del 4,55%.

CUADRO N° 55

AÑOS	VALOR TOTAL
1	31613
2	33051
3	34555
4	36127
5	37771

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

- **Sueldos de administración**

Se refieren a los sueldos para el personal que trabaja en la parte administrativa de acuerdo a los puestos a ocupar.

CUADRO N° 56

DENOMINACIÓN	GERENTE	SECRETARIA- CONTADORA	CONSERJE- GUARDIAN	ASESOR JURIDICO
Básico	850	700	500	75
Décimo Tercer sueldo 1/12	70,83	58,33	41,67	
Décimo Cuarto Sueldo SBU/12	70,83	58,33	41,67	
Vacaciones 1/24	35,42	29,17	20,83	
Aporte Patronal 12,15%	103,28	85,05	60,75	
Fondo de reserva 1/12 desde 2do año	70,83	58,33	41,67	
Total	1201,19	989,22	706,58	75,00
Nº personas	1	1	1	1
Total mensual	1201,19	989,22	706,58	75,00
TOTAL ANUAL	14414,30	11870,60	8479,00	900,00
TOTAL	35663,90			

Fuente: Inspectoría de trabajo

Elaboración: La Autora

PROYECCION DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS

Se realiza la proyección de los valores para los 5 años con la tasa de inflación del 4,55%.

CUADRO N° 57

AÑOS	VALOR TOTAL
1	35663,90
2	37286,61
3	38983,15
4	40756,88
5	42611,32

Fuente: Investigación directa, Cuadro N° 54

Elaboración: La Autora

- **SERVICIOS BASICOS PARA LA PRODUCCIÓN**

Son los pagos que se realizan por el agua, energía eléctrica y teléfono

CUADRO N° 58

DENOMINACIÓN	CANTIDAD m3	V. UNITARIO	V.MENSUAL	V. ANUAL
Consumo de agua potable	300	0,09	27	324
TOTAL				324

Fuente: Municipio

Elaboración: La Autora

PROYECCION DE AGUA POTABLE PARA LA PRODUCCIÓN.

Se realiza la proyección de los valores para los 5 años con la tasa de inflación del 4,55%.

CUADRO N° 59

AÑOS	VALOR TOTAL
1	324,00
2	338,74
3	354,15
4	370,27
5	387,12

Elaboración: La Autora

CUADRO N° 60

DENOMINACIÓN	CANTIDAD kw./h	V. UNITARIO	V.MENSUAL	V. ANUAL
Consumo de energía eléctrica	300	0,2	60	720
TOTAL				720

Fuente: ERRSA

Elaboración: La Autora

PROYECCION DE ENERGIA ELECTRICA PARA LA PRODUCCIÓN.

Se realiza la proyección de los valores para los 5 años con la tasa de inflación del 4,55%.

CUADRO N° 61

AÑOS	VALOR TOTAL
1	720,00
2	752,76
3	787,01
4	822,82
5	860,26

Elaboración: La Autora

CUADRO N° 62

PRESUPUESTO PARA CONSUMO TELEFONICO		
DENOMINACION	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Consumo telefónico	25	300
TOTAL PRESUPUESTO CONSUMO TEEFONICO		300,00

Fuente: CNT

Elaboración: La Autora

PROYECCION CONSUMO TELEFONICO PARA LA PRODUCCIÓN

Se realiza la proyección de los valores para los 5 años con la tasa de inflación del 4,55%

CUADRO N° 63

AÑOS	VALOR TOTAL
1	300,00
2	313,65
3	327,92
4	342,84
5	358,44

Elaboración: La Autora

- **ARRIENDO**

Se arrendara un local para el funcionamiento de la empresa cuyo presupuesto lo detallamos a continuación:

CUADRO N° 64

DENOMINACIÓN	CANT	VAL/MENSUAL	VALOR ANUAL
Local para producción y comercialización	1	450	5400
TOTAL			5400

Fuente: Local de la ciudad

Elaboración: La Autora

PROYECCION DE ARRIENDO

Se realiza la proyección de los valores para los 5 años con la tasa de inflación del 4,55%.

CUADRO N° 65

AÑOS	VALOR TOTAL
1	5400,00
2	5645,70
3	5902,58
4	6171,15
5	6451,93

Elaboración: La Autora

- **SUMINISTROS DE OFICINA**

Son los materiales de oficina utilizados por los administrativos.

CUADRO N° 66

DENOMINACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Papel bond	1000	0,01	10,00	120
esferos	10	0,30	3,00	36,00
tinta impresora (cada 3 meses)	5,00	6,00	30,00	120
borrador	6,00	0,20	1,20	14,40
carpetas - archivo	10,00	5,00	50,00	600
TOTAL			94,20	890,4

Fuente: La Reforma

Elaboración: La Autora

PROYECCION DE SUMINISTROS DE OFICINA

Se realiza la proyección de los valores para los 5 años con la tasa de inflación del 4,55%.

CUADRO N° 67

AÑOS	VALOR TOTAL
1	890,40
2	930,91
3	973,27
4	1017,55
5	1063,85

Elaboración: La Autora

- **ÚTILES DE ASEO**

Son los elementos necesarios para realizar el aseo de las instalaciones de la nueva empresa.

CUADRO Nº 68

CANT.	DENOMINACION		VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	Escoba (cada 2 meses)	Unidad	3	3	18
1	Trapeador (cada 2 meses)	Unidad	3	3	18
1	Recogedor (cada 3 meses)	Unidad	2	2	8
1	Desinfectante	Galón	3	3	36
1	Papel Higiénico	Paquete	6	6	72
3	Fundas de Basura	Paquete	2	6	72
2	Basurero (cada 6 meses)	Unidad	10	20	40
1	Balde Escurridor (cada 6 meses)	Unidad	7	7	14
2	Toallas (cada 2 meses)	Unidad	3	6	36
TOTAL				56	314,00

Fuente: Zerimar

Elaboración: La Autora

PROYECCION DE ÚTILES DE ASEO

Se realiza la proyección de los valores para los 5 años con la tasa de inflación del 4,55%.

CUADRO Nº 69

AÑOS	VALOR TOTAL
1	314,00
2	328,29
3	343,22
4	358,84
5	375,17

Elaboración: La Autora

- **IMPLEMENTOS DE SEGURIDAD**

Son aquellos equipos de protección, como son mandiles, guantes, mascarillas, los cuales nos sirven para seguridad de los obreros, así como para obtener un producto que reúna las condiciones de higiene y calidad.

CUADRO N° 70

DENOMINACIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR TOTAL
Guantes (pares)	10	2,50	25	300
Mandiles	6	6,00	36	432
Mascarillas	10	2	20	240
TOTAL			81	972

Fuente: Almacenes AGA

Elaboración: La Autora

PROYECCION DE IMPLEMENTOS DE SEGURIDAD

Se realiza la proyección de los valores para los 5 años con la tasa de inflación del 4,55%.

CUADRO N° 71

AÑOS	VALOR TOTAL
1	972,00
2	1016,23
3	1062,46
4	1110,81
5	1161,35

Elaboración: La Autora

- **SERVICIOS BÁSICOS AREA ADMINISTRATIVA**

Son los pagos que se realizan por el agua, energía eléctrica y teléfono.

CUADRO Nº 72

DENOMINACIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Luz eléctrica	30,00	360,00
Agua potable	22,50	270,00
Teléfono	30,00	360,00
TOTAL	82,50	990,00

Fuente: ERRSA, Municipio, CNT

Elaboración: La Autora

PROYECCION DE SERVICIOS BÁSICOS AREA ADMINISTRATIVA

Se realiza la proyección de los valores para los 5 años con la tasa de inflación del 4,55%.

CUADRO Nº 73

AÑOS	VALOR TOTAL
1	990,00
2	1035,05
3	1082,14
4	1131,38
5	1182,85

Elaboración: La Autora

- **MANTENIMIENTO DE VEHICULO**

Este rubro nos permitirá tener el vehículo en óptimas condiciones.

CUADRO Nº 74

DENOMINACIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
El mantenimiento corresponde al 3% mensual del valor del activo	480	5760
TOTAL		5760

Fuente: Lavadoras y Tecnicentro de la ciudad

Elaboración: La Autora

PROYECCION DE MANTENIMIENTO DE VEHICULO

Se realiza la proyección de los valores para los 5 años con la tasa de inflación del 4,55%.

CUADRO N° 75

AÑOS	VALOR TOTAL
1	5760,00
2	6022,08
3	6296,08
4	6582,56
5	6882,06

Elaboración: La Autora

- **PUBLICIDAD**

Es el medio por la cual la empresa dará a conocer los productos.

CUADRO N° 76

DENOMINACION	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Radio	200	2400
Propaganda volante	80	960
TOTAL PRESUPUESTO	280	3360

Fuente: Radio Boquerón

Elaboración: La Autora

PROYECCION DE PUBLICIDAD

Se realiza la proyección de los valores para los 5 años con la tasa de inflación del 4,55%.

CUADRO N° 77

AÑOS	VALOR TOTAL
1	3360,00
2	3512,88
3	3672,72
4	3839,82
5	4014,54

Elaboración: La Autora

RESUMEN ACTIVOS CIRCULANTES

CUADRO Nº 76(Un mes)

CONCEPTO	VALOR
Mano de obra directa	1130,53
Materia prima directa	3054,17
Materiales indirectos	2634,38
suministros de oficina	74,20
Luz	60,00
Agua	27,00
Teléfono	25,00
Mantenimiento de vehículo	480,00
Útiles de aseo	26,17
Sueldos administrativos	2971,99
Arriendo	450,00
Publicidad y propaganda	280,00
Servicios básicos	82,50
Implementos de seguridad	81,00
TOTAL	11376,93

Fuente: Cuadro Nº 51-75

Elaboración: La Autora

INVERSIONES

Las Inversiones del Proyecto, son todos los gastos que se efectúan en unidad de tiempo para la adquisición de determinados Factores o medios productivos, los cuales permiten implementar una unidad de producción que a través del tiempo genera Flujo de beneficios.

Asimismo es una parte del ingreso disponible que se destina a la compra de bienes y/o servicios con la finalidad de incrementar el patrimonio de la Empresa.

Las inversiones del proyecto fueron estimadas a través de presupuestos elaborados con las diferentes cotizaciones del mercado y en las diferentes casas comerciales nacionales importadoras de maquinaria

RESUMEN DE LAS INVERSIONES

El resumen de las inversiones se muestra en el cuadro expuesto a continuación:

CUADRO Nº 77 RESUMEN DE INVERSIONES

ACTIVOS	TOTAL	%
ACTIVO FIJO	28908,25	69,02%
ACTIVO DIFERIDO	1600,00	3,82%
ACTIVO CIRCULANTE	11376,93	27,16%
TOTAL	41885,18	100%

Fuente: Cuadro Nº 48-49-76

Elaboración: La Autora

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

El proyecto hará uso de fuentes internas y externas de financiamiento bajo los siguientes aspectos:

a. FUENTES INTERNAS

El 64,19% del total de la inversión y que corresponde a \$26885,18 dólares será financiado con aportaciones de los socios.

b. FUENTES EXTERNAS

Luego de buscar la alternativa más conveniente, se decidió solicitar un préstamo al Banco de Loja, ya que es el organismo que otorga créditos a mediano y largo plazo y con intereses más bajos.

El crédito que mantendrá el proyecto con el Banco de Loja representara el 35,81% que corresponde a 15.000 dólares a 5 años plazo al 15% de interés anual con el objetivo de financiar parte de la maquinaria y las adecuaciones.

Esto en el primer mes, los rubros de financiamiento se presentan así:

CUADRO Nº 76 FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
Capital social	26885,18	64,19%
Crédito	15000,00	35,81%
TOTAL	41885,18	100%

Fuente: Banco de Loja.

Elaboración: La Autora.

AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO

Cálculo Matemático

DATOS:

Saldo Inicial: 15000

Interés: $15\% / 100 = 0,15$

Tiempo: 5 años

Forma de pago: semestral, es decir 10 pagos cada 6 meses)

CUADRO N° 77

CAPITAL	15000,00			
INTERES	15%			
TIEMPO	5	años	Pagos	Semestrales
SEMESTRES	CAPITAL	INTERÉS	DIVIDENDO	CAPITAL RED.
0				15000,00
1	1500,00	1125,00	2625,00	13500,00
2	1500,00	1012,50	2512,50	12000,00
3	1500,00	900,00	2400,00	10500,00
4	1500,00	787,50	2287,50	9000,00
5	1500,00	675,00	2175,00	7500,00
6	1500,00	562,50	2062,50	6000,00
7	1500,00	450,00	1950,00	4500,00
8	1500,00	337,50	1837,50	3000,00
9	1500,00	225,00	1725,00	1500,00
10	1500,00	112,50	1612,50	0,00

Fuente: Banco de Loja.

Elaboración: La Autora.

PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

PRESUPUESTO DE COSTOS

Los costos son todos los desembolsos realizados durante un año o ejercicio económico, estos constituyen uno de los aspectos importantes para la determinación de la rentabilidad del proyecto y los elementos indispensables para el correspondiente análisis o evaluación del mismo, proyectando la situación contable.

Los costos de producción y operación de la empresa, se presentan en el siguiente cuadro:

PRESUPUESTO DE COSTOS PARA LOS 5 AÑOS					
COSTO PRIMO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima Directa	36.650,02	38.317,59	40.061,04	41.883,82	43.789,53
Mano de Obra Directa	13.566,40	14.183,67	14.829,03	15.503,75	16.209,17
Total costo primo	50.216,42	52.501,26	54.890,07	57.387,57	59.998,70
Costos generales de fabricación (Producción)					
Materiales Indirectos	31.612,50	33.050,87	34.554,68	36.126,92	37.770,70
Depreciación de maquinaria y Equipo	628,11	628,11	628,11	628,11	628,11
Arriendos	5.400,00	5.645,70	5.902,58	6.171,15	6.451,93
Agua	324,00	338,74	354,15	370,27	387,12
Luz	720,00	752,76	787,01	822,82	860,26
Teléfono	300,00	313,65	327,92	342,84	358,44
Suministros de producción	972,00	1.016,23	1.062,46	1.110,81	1.161,35
Depreciación de Vehículo	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00
Depreciación de instalaciones	32,33	32,33	32,33	32,33	32,33
Mantenimiento de Vehículo	5.760,00	6.022,08	6.296,08	6.582,56	6.882,06
Depreciación de herramientas	83,70	83,70	83,70	83,70	83,70
Amortización de activos diferidos	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00
Total costo de fabricación	48.552,64	50.604,17	52.749,04	54.991,50	57.336,00
TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN	98.769,06	103.105,43	107.639,11	112.379,07	117.334,70
COSTO DE OPERACIÓN					
Gastos Administrativos					
Sueldos y Salarios	35.663,90	37.286,61	38.983,15	40.756,88	42.611,32
Depreciación de muebles y enseres	147,60	147,60	147,60	147,60	147,60
Útiles de aseo	314,00	328,29	343,22	358,84	375,17
Suministros de oficina	890,40	930,91	973,27	1.017,55	1.063,85
Depreciación equipos de computación	666,70	666,70	666,70	713,37	713,37
Servicios básicos	990,00	1.035,05	1.082,14	1.131,38	1.182,85
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	38.672,60	40.395,15	42.196,08	44.125,62	46.094,16
VENTAS					
Publicidad y Propaganda	3.360,00	3.512,88	3.672,72	3.839,82	4.014,54
Total gastos de ventas	3.360,00	3.512,88	3.672,72	3.839,82	4.014,54
FINANCIEROS					
Intereses por préstamo	2.137,50	1.687,50	1.237,50	787,50	337,50
Total gastos financieros	2.137,50	1.687,50	1.237,50	787,50	337,50
TOTAL DE COSTO DE OPERACIÓN	44.170,10	45.595,53	47.106,30	48.752,95	50.446,20
COSTO TOTAL	142.939,16	148.700,96	154.745,41	161.132,02	167.780,90

Fuente: Cuadros 41 al 75

Elaboración: La Autora

INGRESOS TOTALES

Los ingresos son producto de la venta de bienes y servicios que produce el proyecto, en este caso por la venta del dulce de toronche.

Los ingresos se han establecido dividiendo el costo total del número de unidades de producto producido en este caso del toronche, para lo cual se considera un margen de utilidad bruta por unidad de producto del 26% en función de la competencia.

C.U.= COSTO TOTAL / UNIDADES PRODUCIDAS

C.U.= 142939,16 / 149760

C.U= 0,95

CUADRO Nº 79 INGRESOS TOTALES

AÑO	COSTOS	UNIDADES PRODUCIDAS	COSTO UNITARIO	P.V.P (26%)	INGRESOS
1	142.939,16	149760	0,95	1,20	180.103,34
2	148.700,96	149760	0,99	1,25	187.363,22
3	154.585,57	149760	1,03	1,30	194.777,82
4	161.132,02	149760	1,08	1,36	203.026,34
5	167.780,90	149760	1,12	1,41	211.403,94

Elaboración: La Autora

Análisis: en el primer año con un porcentaje de utilidad del 26% el precio de venta al público es de 1,20 mientras que en el año 5 con el mismo margen de utilidad el precio de venta es de 1,41 ctvs.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Es un documento contable que muestra detalladamente y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio.

Este estado financiero permite que el empresario, luego de un periodo de funcionamiento de su empresa, pueda determinar si obtuvo utilidad o pérdida. Con esa información el dueño de la empresa podrá analizar su situación financiera, su estructura de ingresos, costos y tomar decisiones acertadas sobre el futuro de su empresa.

INGRESOS

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

EGRESOS

Se forma por la sumatoria del Costo Primo, Gastos de procesos de Producción, Gastos de operación y Gastos financieros.

CUADRO Nº 80 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	180.103,34	187.363,22	194.777,82	203.026,34	211.403,94
(-)Costo de producción	98.769,06	103.105,43	107.639,11	112.379,07	117.334,70
Utilidad bruta	81.334,28	84.257,78	87.138,71	90.647,27	94.069,23
(-)costos de operación	44.170,10	45.595,53	47.106,30	48.752,95	50.446,20
Utilidad neta	37.164,18	38.662,25	40.032,41	41.894,32	43.623,03
(-)15% utilidad trabajadores	5.574,63	5.799,34	6.004,86	6.284,15	6.543,46
Utilidad antes de impuesto a la renta	31.589,55	32.862,91	34.027,55	35.610,18	37.079,58
(-)22% impuesto a la renta	6.949,70	7.229,84	7.486,06	7.834,24	8.157,51
Utilidad antes de reserva legal	24.639,85	25.633,07	26.541,49	27.775,94	28.922,07
(-)10% de reserva legal	2.463,99	2.563,31	2.654,15	2.777,59	2.892,21
UTILIDAD LIQUIDA DEL EJERCICIO	22.175,87	23.069,77	23.887,34	24.998,34	26.029,86

Fuente: Periodo Económico

Elaboración: La Autora

EVALUACIÓN DEL PROYECTO

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

PUNTO DE EQUILIBRIO

Es un punto de balance entre ingresos y egresos, es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender un determinado producto. Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto ($IT = CT$). Para realizar este cálculo es indispensable clasificar los costos en Fijos y Variables, los mismos que detallamos en el siguiente cuadro.

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

COSTOS FIJOS: Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo de producción, es decir no varían como resultado directo de cambios en el volumen.

COSTOS VARIABLES: Son aquellos que varían de forma directa al realizarse cambios en la producción. En el presente trabajo se calculara el punto de equilibrio en función de la capacidad instalada y las ventas, utilizando además la forma gráfica para su representación.

CUADRO Nº 81 CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

DENOMINACIÓN	AÑO 1		AÑO 5	
	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES
COSTO PRIMO				
Materia Prima Directa		36.650,02		43.789,53
Mano de Obra Directa		13.566,40		16.209,17
Total costo primo		50.216,42		59.998,70
Costos generales de fabricación (Producción)				
Materiales indirectos		31.612,50		37.770,70
Depreciación de maquinaria y Equipo	628,11		628,11	
Arrendos	5.400,00		6.451,93	
Agua		324,00		387,12
Luz		720,00		860,26
Teléfono		300,00		358,44
Suministros de producción	972,00		1.161,35	
Depreciación de Vehículo	2.560,00		2.560,00	
Depreciación de instalaciones	32,33		32,33	
Mantenimiento de Vehículo	5.760,00		6.882,06	
Depreciación de herramientas	83,70		83,70	
Amortización de activos diferidos	160,00		160,00	
Total costos de fabricación	15.596,14	32.956,50	17.959,49	39.376,51
Sueldos y Salarios	35.663,90		42.611,32	
Depreciación de muebles y enseres	147,60		147,60	
Útiles de aseo	314,00		375,17	
Suministros de oficina	890,40		1.063,85	
Depreciación equipos de computación	666,70		713,37	
Servicios básicos	990,00		1.182,85	
Total gastos administrativos	38.672,60		46.094,16	
VENTAS				
Publicidad y Propaganda	3.360,00		4.014,54	
Total gastos de ventas	3.360,00		4.014,54	
FINANCIEROS				
Intereses por préstamo	2.137,50		337,50	
Total gastos financieros	2.137,50		337,50	
TOTAL	59.766,24	83.172,92	68.405,69	99.375,21
COSTOS TOTALES	142.939,16		167.780,90	

Fuente: Cuadro Nº 78

Elaboración: La Autora

PUNTO DE EQUILIBRIO**AÑO 1****MATEMATICAMENTE:**

- **PE en función de la capacidad instalada**

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

$$P.E = \frac{59766,24}{180103,34 - 83172,92} \times 100$$

$$P.E = 61,66\%$$

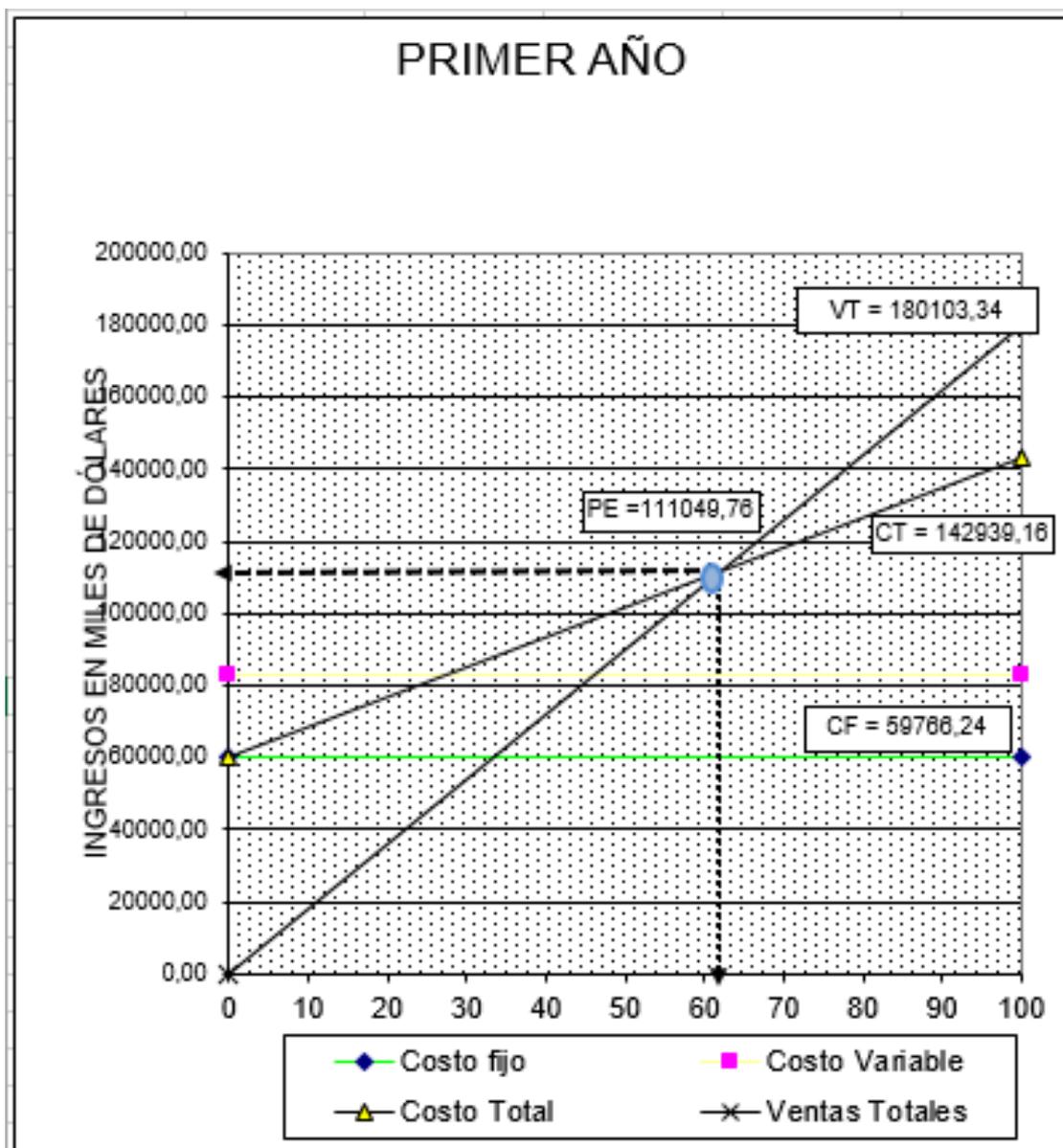
- **PE en función de las ventas**

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

$$P.E = \frac{59766,24}{1 - \frac{83172,92}{180103,34}}$$

$$P.E = 111049,76$$

GRÁFICO Nº 45 PUNTO DE ELQUILIBRIO AÑO 1

**Análisis:**

El siguiente gráfico indica que para el primer año la empresa debe utilizar el 61,66% de su capacidad instalada y tener unas ventas de \$111049,76 dólares del producto, de esta forma la empresa estará en equilibrio donde se interceptan los costos e ingresos.

Año 5

MATEMATICAMENTE:

- **PE en función de la capacidad instalada**

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

$$P.E = \frac{68405,69}{211403,94 - 99375,21} \times 100$$

$$P.E = 61,06\%$$

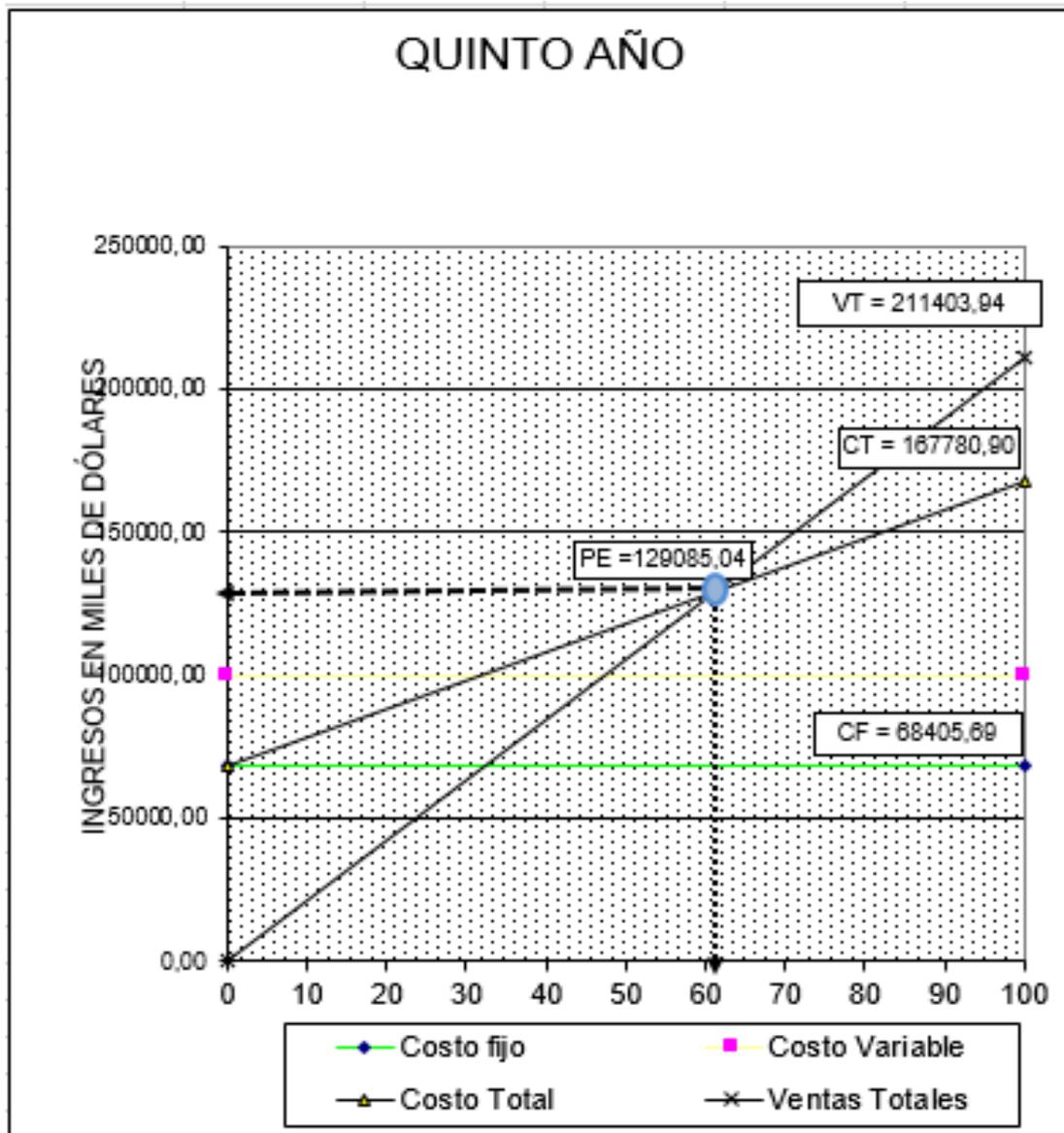
- **PE en función de las ventas**

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

$$P.E = \frac{68405,69}{1 - \frac{99375,21}{211403,94}}$$

$$P.E = 129085,04$$

GRÁFICO Nº 46 PUNTO DE ELQUILIBRIO AÑO 5



Elaboración: la autora

Análisis:

El siguiente gráfico indica que para el quinto año la empresa debe utilizar el 61,06% de su capacidad instalada y tener unas ventas de \$129085,04 dólares del producto, de esta forma la empresa estará en equilibrio donde se interceptan los costos e ingresos.

FLUJO DE CAJA

Nos permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto.

El flujo de caja permite cubrir todos los requerimientos de efectivo del proyecto, posibilitando además que el inversionista cuente con recursos necesarios para cubrir sus necesidades de efectivo.

El flujo de caja se encuentra demostrado en el siguiente cuadro en el que se comparan los ingresos con los egresos.

CUADRO N° 82 FLUJO DE CAJA

DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESO						
Ventas		180.103,34	187.363,22	194.777,82	203.026,34	211.403,94
Crédito Banco de Loja	15000,00					
Capital propio	26885,18					
Valor de rescate				999,90		10432,80
Total de ingresos	41885,18	180.103,34	187.363,22	195.777,72	203.026,34	221.836,73
EGRESOS						
Activo fijo	28908,25					
Activo diferido	1600					
Activo circulante	11376,93					
Presupuesto de operación		142.939,16	148.700,96	154.585,57	161.132,02	167.780,90
(-) Depreciación y amortización A.D		4.278,44	4.278,44	4.278,44	4.325,11	4.325,11
15% utilidad a los trabajadores		5.574,63	5.799,34	6.004,86	6.284,15	6.543,46
22% impuesto a la renta		6.949,70	7.229,84	7.486,06	7.834,24	8.157,51
Amortización de capital		3000	3000	3000	3000	3000
Total de egresos	41885,18	154.185,05	160.451,70	166.798,05	173.925,29	181.156,75
FLUJO DE CAJA	0,00	25.918,29	26.911,51	28.979,67	29.101,05	40.679,98

Fuente: Cuadro N° 80

Elaboración: La Autora

VALOR ACTUAL NETO

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto.

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

El VAN representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno liquido actualizado generado por el proyecto. Si el VAN es igual o mayor que cero, el proyecto o inversión es conveniente, caso contrario no es conveniente.

CUADRO Nº 83 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUALIZADO
		15%	
0	41.885,18		
1	25.918,29	0,869565	22.537,65
2	26.911,51	0,756144	20.348,97
3	28.979,67	0,657516	19.054,60
4	29.101,05	0,571753	16.638,62
5	40.679,98	0,497177	20.225,14
SUMA			98.804,98
			41.885,18
VAN			56.919,80

VAN= SFNA – INVERSIÓN INICIAL

VAN= 98804,98 – 41885,18

VAN= 56.919,80

Análisis: Al momento de invertir la empresa este dinero a través del tiempo nos va a generar \$56919,18; por lo tanto se observa un VAN positivo, siendo aceptable el proyecto.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL.

El periodo de recuperación de capital es el periodo en el cual la empresa recupera la inversión realizada en el proyecto. Este método es uno de los más utilizados para evaluar y medir la liquidez de un proyecto de inversión.

El periodo de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial. En el siguiente cuadro se demuestra el tiempo que se demorara la empresa en recuperar la inversión inicial de capital.

CUADRO Nº 84 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

AÑOS	INVERSION	FLUJO NETO	
0	41.885,18		
1		25.918,29	
2		26.911,51	52.829,81
3		28.979,67	
4		29.101,05	
5		40.679,98	
	TOTAL:	151.590,51	

Fuente: Cuadro Nº 82

Elaboración: La Autora

$$\begin{array}{l}
 \text{P.R.C.} = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inv. Inicial} - \text{Sumatoria de los primeros Flujos}}{\text{Flujo del año que supera la inversión (Último año)}} \\
 \\
 \mathbf{s} \\
 \text{P.R.C.} = 2 + \frac{41885,18 \quad - \quad 52.829,81}{26.911,51}
 \end{array}$$

$$\text{P.R.C.} = \mathbf{1,59 \text{ años}}$$

$$0,59 \times 12 = 7,08 \text{ meses}$$

$$0,08 \times 30 = 2 \text{ días}$$

La inversión se recuperara en 1 año, 7 meses y 2 días.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para "reinvertir". Diversos autores la conceptualizan como la tasa de descuento con la que el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero.

La TIR puede utilizarse como indicador de la rentabilidad de un proyecto: a mayor TIR, mayor rentabilidad; así, se utiliza como uno de los criterios para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre

de riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto - expresada por la TIR- supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza.

CUADRO Nº 85 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

AÑO	FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
		60,0%		60,5%	
0	41885,18		41885,18		41885,18
1	25918,29	0,625000000	16198,93	0,62305296	16148,47
2	26911,51	0,390625000	10512,31	0,38819499	10446,92
3	28979,67	0,244140625	7075,11	0,241866038	7009,20
4	29101,05	0,152587891	4440,47	0,150695351	4385,39
5	40679,98	0,095367432	3879,55	0,093891184	3819,49
			221,19		-75,72

Fuente: Cuadro Nº 82

Elaboración: La Autora

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

TIR= 60,37%

Análisis: La TIR del proyecto es de 60,37% lo que significa que es superior al costo de oportunidad por lo tanto se acepta la inversión.

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto.

Cuando se menciona los ingresos netos, se hace referencia a los ingresos que efectivamente se recibirán en los años proyectados. Al mencionar los egresos presentes netos se toman aquellas partidas que efectivamente generarán salidas de efectivo durante los diferentes periodos, horizonte del proyecto. Como se puede apreciar el estado de flujo neto de efectivo es la herramienta que suministra los datos necesarios para el cálculo de este indicador.

En este indicador se debe tomar en cuenta lo siguiente:

$B/C > 1$ Se puede realizar el proyecto

$B/C = 1$ Es indiferente realizar el proyecto

$B/C < 1$

En el presente proyecto, la relación beneficio costo es mayor que uno (1,26), indicador que sustenta la realización del proyecto, es decir que por cada dólar invertido, la empresa ganara 0,26 ctvs. De utilidad.

Los cálculos de la relación beneficio – costo se presentan a continuación:

CUADRO Nº 86 RELACIÓN BENEFICIO – COSTO

AÑOS	ACTUALIZACION COSTO TOTAL			ACTUALIZACION INGRESOS		
	COSTO TOTAL ORIG.	FACTOR ACT.	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACT.	INGRESO ACTUALIZADO
		15%			15%	
1	142.939,16	0,869565	124.294,92	180.103,34	0,869565	156.611,60
2	148.700,96	0,756144	112.439,29	187.363,22	0,756144	141.673,51
3	154.745,41	0,657516	101.747,62	194.777,82	0,657516	128.069,58
4	161.132,02	0,571753	92.127,75	203.026,34	0,571753	116.080,97
5	167.780,90	0,497177	83.416,76	211.403,94	0,497177	105.105,12
			514.026,35			647.540,78

RELACIÓN BENEFICIO
COSTO =

INGRESO ACTUALIZADO

COSTO ACTUALIZADO =

647.540,78

514.026,35 = 1,26 dólares

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

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

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento del 14,08% en los costos y una disminución del 10,66% en los ingresos.

Para la toma de decisiones se debe tomar en cuenta lo siguiente:

Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que 1 el proyecto es sensible.

Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a 1, el proyecto no sufre ningún cambio.

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

En el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores a 1, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los ingresos y los costos disminuidos o incrementados en 10,66% y 14,08% respectivamente; es decir el proyecto no es sensible a estos cambios.

ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 12,90% EN LOS COSTOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		12,90%			37,00%		38,00%	
						-41.885,18	2,00	-41.885,18
1	142.939,16	161.378,31	180.103,34	18.725,03	0,72993	13.667,90	0,72464	13.568,86
2	148.700,96	167.883,39	187.363,22	19.479,83	0,53279	10.378,72	0,52510	10.228,85
3	154.745,41	174.707,57	194.777,82	20.070,26	0,38890	7.805,33	0,38051	7.636,87
4	161.132,02	181.918,05	203.026,34	21.108,29	0,28387	5.991,99	0,27573	5.820,19
5	167.780,90	189.424,64	211.403,94	21.979,30	0,20720	4.554,19	0,19980	4.391,56
						512,95		-238,86

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

$$NTIR = 37 + 1 \left(\frac{512,95}{512,95 + -238,86} \right)$$

NTIR =	37,68%	TIR DEL PROYECTO =	60,37%		
1) DIFERENCIA DE TIR		2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN		3) SENSIBILIDAD	
Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir		% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100		Sensib. = % Var./ Nueva Tir	
Dif.Tir.=	22,69%	% Var. =	37,58%	Sensibilidad =	0,9973829

ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 10,24% EN LOS INGRESOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			10,24%		37,00%		38,00%	
						-41.885,18		-41.885,18
1	142.939,16	180.103,34	161.660,76	18.721,60	0,7299	13.665,40	0,7246	13.566,38
2	148.700,96	187.363,22	168.177,22	19.476,26	0,5328	10.376,82	0,5251	10.226,98
3	154.745,41	194.777,82	174.832,57	20.087,16	0,3889	7.811,90	0,3805	7.643,31
4	161.132,02	203.026,34	182.236,45	21.104,43	0,2839	5.990,89	0,2757	5.819,12
5	167.780,90	211.403,94	189.756,17	21.975,27	0,2072	4.553,35	0,1998	4.390,75
						513,19		-238,65

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

$$NTIR = 37 + 1 \left(\frac{513,19}{513,19 + (-238,65)} \right)$$

NTIR =	37,68%	TIR DEL PROYECTO =	60,37%		
1) DIFERENCIA DE TIR		2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN		3) SENSIBILIDAD	
Dif. Tir. = Tir proy. - Nueva Tir		% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100		Sensib. = % Var./ Nueva Tir	
Dif. Tir. =	22,69%	% Var. =	37,58%	Sensibilidad =	0,9973629

h. CONCLUSIONES

En relación con el desarrollo de la presente investigación se llegó a determinar las siguientes conclusiones:

- Que existe la factibilidad de creación de la empresa productora y comercializadora de dulce de toronche; por cuanto es rentable y permite recuperar la inversión en poco tiempo.
- El estudio de factibilidad establecido nos permitió el ingreso al nicho de mercado de dulces y mermeladas elaboradas a base de fruta, abriendo puertas en el mundo del comercio de la ciudad de Loja, por medio de nexos del Banco de Loja que nos ayudara con el financiamiento necesario para impulsar este proyecto.
- Con respecto a lo financiero, podemos destacar que el proyecto es factible, pues se obtuvo una tasa interna de retorno de 60,37% y un valor actual neto de USD 56.919,80 mediante este resultado obtenido se presentara el proyecto a diferentes inversionistas para que formen parte de esta nueva empresa en el mercado lojano.
- El proyecto también es socialmente factible, por la generación de empleos, y de altos beneficios sociales que hace que sea rentable para la ciudad de Loja.
- El costo unitario por cada presentación de 250 gramos de dulce de toronche es de \$0,95 más el margen de utilidad que es de 26% (0.25) quedando un precio de venta al público de \$1.20 ctvs.

i. RECOMENDACIONES

- Se recomienda la ejecución del proyecto, en razón que se comprobó su factibilidad a través del estudio de mercado, técnico, organizacional y financiero.
- Ejecutar el estudio de factibilidad en la creación de la empresa productora y comercializadora de dulce de toronche, que permitirá crear un nuevo producto nuevas perspectivas beneficiosas a través de créditos financieros y así en el transcurso del tiempo aumentar la línea de producción.
- Una vez identificado los indicadores de rentabilidad se establezca el objetivo trazado en base a la obtención de ganancias e ingresos generados para lo que fue creado el proyecto.
- Se demuestra que la creación de la empresa beneficiara a las personas de la provincia ya que mejorara su calidad de vida por la generación de plazas de trabajo, esto beneficiara a las familias de la provincia y ciudad, así como también al sector donde está ubicada la empresa.
- Al no existir una empresa dedicada a la producción y venta del toronche, esto nos beneficiara porque no hay una demanda de competidores potenciales, de este modo establecemos en el mercado lojano como la única empresa productora nativa en el tratamiento del toronche para transformarlo en un producto terminado (dulce) que será rentable por ser innovador y beneficioso para los habitantes de la ciudad de Loja.

j. BIBLIOGRAFÍA

Boyer, R. (2000). *Conceptos en Bioquímica. México : International.*

BURBANO RUIZ, J. (s.f.). *Presupuestos Enfoque de planeación y control de recursos.* 2da. edición.

Cabrera. (1999). *Clima organizacional de las empresas chilenas.*

Camacho, S. (1982). *El cultivo comercial del babaco Carica pentagona . Ecuador. .*

Campos, G. (2001). *.Efectos de la atmósfera iónica en la estabilidad cinetica de la quimopapaina . .*

Chiavenato, I. (s.f.). *Iniciación a la Organización y Técnica Comercial.*

Clements, J. G.-J. (2007). *Administración de proyectos.* Tercera edición.

Dihigo, H. (1991). *Biología Humana. Madrid. .*

Elio, Z. R. (2006). *Introducción a la Administración de Organizaciones.*

Maktub.

Espinoza, S. F. (2007). *Los Proyectos de Inversión.*

Fernando, N. y. (2005). *Frutales nativos comestibles .*

García, B. (2009). *INVESTIGACIONES HISTÓRICAS: Época moderna y contemporánea.*

Gutiérrez, A. (2005). *Los Estados Financieros y su análisis.* España.

- Hernandez. (2007). *Como extraer la enzima papaina de las papayas*.
- Kotler Philip, B. P. (2004). *El Marketing de Servicios Profesionales*». ,Primera Edición.
- Marcillo, V. (2005). *Efecto de dos tipos alternativos de secado en la actividad enzimatica del látex de Babaco. Ecuador.*
- Padilla, M. C. (2006). *Formulación y Evaluación de Proyectos Segunda Edición Autor*:. Bogotá: Ecoe Ediciones, 2006.
- Press, N. A. (1989). *National Research Council*.
- Proaño, E. (2007). *Fitoquímica y Agroindustrialización de dos genotipos de vasconcella, chamburo (vasconcella cundinamarcensis v. badillo) y toronche (vasconcella stipulata v. badillo)*”.Ecuador. .
- Robles, A. (2001). *La papaya (carica papaya)*.México .
- S.A, B. (2000). *Papaya oextracto*. México .
- SAPAG CHAIN, N. M. (s.f.). *Preparación y Evaluación de proyectos*. .
- URBINA, G. B. (2006). *Evaluación de proyectos*.
- VARELA, R. (2008). *Innovación empresarial: arte y ciencia de la creacion de empresas*. Colombia.
- Vázquez, V. H. (1985). *Organizacion aplicada*.
- Vizinis, B. y. (1987). *Eudicotiledoneas esenciales: Caricaceae*. Argentina. .

k. ANEXOS

Anexo 1



**Área Jurídica Social y Administrativa
Carrera de Administración de Empresas
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

ENCUESTA A CONSUMIDORES

Como estudiante de la Universidad Nacional de Loja, me dirijo a usted comedidamente para solicitarle su colaboración respondiendo a las interrogantes que a continuación se plantea, acerca de la producción y comercialización de dulce, elaborado a base de frutas en nuestra ciudad, sus respuestas contribuirán a la realización de un acertado trabajo de investigación, referente a la industria en mención, recalcando que la información proporcionada será utilizada única y exclusivamente con fines académicos.

PARROQUIA A LA QUE PERTENECE

1. ¿En su alimentación usted consume dulce elaborado a base de frutas?

SI ()

NO ()

2. ¿Los sabores que con más frecuencia consume son?

.....

3. ¿Cuántos gramos de dulce de fruta consume mensualmente?

101gr- 150gr ()

151gr-200gr ()

201gr- 250gr ()

251gr- 300gr ()

4. ¿En qué momento del día lo consume?

Desayuno ()

Almuerzo ()

Merienda ()

5. ¿Generalmente donde adquiere el dulce elaborado a base de fruta?

Tiendas

Supermercados

Ferias libres

A domicilio

Otro (especifique)

6. Ha consumido usted dulce de toronche?

Si ()

No ()

7. Si se implementara una empresa que produzca dulce de toronche, usted lo consumiría?

Si ()

No ()

8. Cómo le gustaría que sea la presentación del producto?

.....

9. ¿De qué cantidad le gustaría que sea la presentación del producto?

250 ()

300 gr ()

500 gr ()

10. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por el dulce de toronche?

250 gr. hasta 1.20 dólar ()

más de 1.20 dólar ()

11. ¿de los medios de comunicación cual es el de su preferencia?

Radio ()

Televisión ()

Hojas volantes ()

Internet ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



Área Jurídica Social y Administrativa
Carrera de Administración de Empresas
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Encuesta dirigida a dueños de empresas que distribuyen dulce de frutas

Como estudiante de la Universidad Nacional de Loja, me dirijo a usted comedidamente para solicitarle su colaboración respondiendo a las interrogantes que a continuación se plantea, acerca de la producción y comercialización de dulce, elaborado a base de frutas en nuestra ciudad, sus respuestas contribuirán a la realización de un acertado trabajo de investigación, referente a la industria en mención, recalcando que la información proporcionada será utilizada única y exclusivamente con fines académicos.

1. ¿su empresa distribuye dulce elaborado a base de frutas?

Si ()

No ()

2. ¿Qué sabores de dulce elaborado a base de fruta tienen más demanda?

.....

3. ¿Con respecto al tamaño cual es la que tiene más demanda?

250 gr. ()

300 gr. ()

4. ¿Qué cantidad de dulce elaborado a base de fruta en tamaño de 250 gramos vende semanalmente?

101-150 ()

101-151 ()

201-250 ()

251-300 ()

5. Cuales empresas considera su mayor competencia en el mercado

.....

6. El dulce elaborado a base de fruta que distribuye su empresa, considera usted que es?

Excelente () Bueno () Muy bueno ()

7. ¿Qué estrategias utiliza Ud. Para vender su producto?

.....

8. Que medios de publicidad utiliza para promocionar su producto

Radio () Volantes () Periódico ()

9. Que horario utiliza para dar a conocer su producto

Mañana ()

Medio día ()

Tarde ()

10. Qué tipo de canal de distribución utiliza para la comercialización del dulce elaborado a base de frutas.

Empresa – consumidor ()

Empresa-intermediarios-consumidor ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 2

RESUMEN DEL PROYECTO

TEMA

“Factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de dulce de toronche en la ciudad de Loja.”

PROBLEMÁTICA

En las condiciones actuales de apertura mundial, en todos los ámbitos del convivir de la humanidad, los países a través de la creación de empresas buscan la manera de satisfacer las necesidades de subsistencia, de confort y de desarrollo para todos los consumidores del mundo, en un ambiente de competencia en calidad y precio.

Este hecho presenta grandes oportunidades de emprendimiento, tanto para los países desarrollados como para los que están en vías de desarrollo, por ello se debe de encontrar nichos en los que las ventajas competitivas los favorezcan.

En el Ecuador, el consumo de alimentos es de carácter masivo y la industria dedicada a la elaboración de los mismos, tiene una particular relevancia dentro de la producción y desempeño económico nacional. Esta industria es una de las principales dentro de la economía, representó en 2012 el 13% sobre el Producto Interno Bruto (PIB), lo que quiere decir USD 8 294 millones en valores constantes (2007). Esta proporción no ha variado en los últimos 10 años; es decir, que aunque el sector haya crecido alrededor del 4% cada año, lo ha hecho junto con la economía.

La producción agrícola por ser una de las actividades que ha tenido buen crecimiento económico a nivel mundial, y ser una alternativa de producción que brinda resultados a mediano plazo que garantiza la cosecha de los productores, constituye una alternativa de crecimiento económico local y regional, pues según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en la encuesta de Superficies de Producción Agropecuaria Continua (Espac) realizada en 2010, el Ecuador posee 7,3 millones de hectáreas dedicadas a la agricultura y la mayoría están ubicadas en Manabí, Guayas, Loja, Los Ríos y Esmeraldas.

Por otra parte la tecnología existente en nuestro país, al ser deficiente hace que nos veamos en la necesidad de buscar mecanismos que permitan tener un mayor desempeño al momento de realizar las actividades, por lo cual hemos detectado una baja participación de empresas dedicadas a la producción y comercialización de dulce de toronche en el mercado.

De esta manera podemos darnos cuenta que este problema da hincapié para la realización de la presente investigación, refiriéndose a la explotación de los recursos productivos como son la tierra, trabajo y capital con que cuenta nuestra provincia y el Ecuador en general, para la producción e industrialización del toronche; así como la atención adecuada de la siembra y cosecha de este fruto.

Según el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), el Ecuador es un país eminentemente agrícola, rico en recursos productivos, pues el 31% de la población que está en capacidad de producir se dedica a agricultura, silvicultura, caza y pesca, pese a esto, el desconocimiento de frutas no tradicionales nativas ha dado cabida al mal aprovechamiento de estos campos y recursos productivos, por lo que se hace necesario aprovecharlos a plenitud, a fin de abastecer las necesidades internas, sacando a flote al emprendimiento y la creatividad; pero desafortunadamente la falta de inversión e incentivo en este sector, han

descuidado la formación de procesos de investigación en crear una empresas que aprovechen estas frutas y que aporten al fortalecimiento social y económico a fin de posibilitar el crecimiento y desarrollo del comercio en el país y región; pues al no contar con todos los mecanismos necesarios para el aprovechamiento y explotación de estas frutas, dan como resultado el estancamiento de la industria, así como también la falta de recursos económicos para el país.

En la provincia de Loja no existe una empresa dedicada a la producción y comercialización de dulce de toronche, por la falta de financiamiento e inversión, razón por la cual se estanca la adquisición de maquinarias y tecnología apropiada para la realización de los procesos adecuados de producción.

Por este motivo no existen personas que elaboren este tipo de productos, la mayor parte, por el desconocimiento de la existencia de este fruto no tradicional nativo, así como también, por no disponer de recursos suficientes para poder emprender proyectos viables que mejoren su estatus económico. Por lo tanto este proyecto radica en la creación de una empresa productora y comercializadora de dulce de toronche que contrarreste los problemas antes mencionados y sirva como elemento enriquecedor de diferentes opciones alimenticias sin considerar su potencial regenerativo y medicinal para los seres humanos y de esta forma aprovechar tanto los recursos que posee nuestra ciudad, así como también el talento humano y las capacidades intelectuales de nuestro pobladores; de esta manera contribuiremos al desarrollo de nuestra ciudad y del país.

JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto denominado IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE DULCE DE TORONCHE EN LA CIUDAD DE LOJA tiene como finalidad dar a conocer el producto en el mercado, así como también contribuir a una alimentación sana y nutritiva

para las personas ya que no todos los productos similares existentes en el mercado brindan las mismas ventajas y bondades en sus productos como lo tiene el fruto nativo del toronche.

Justificación académica

Considerando que la Universidad Nacional de Loja, ha implementado un modelo pedagógico en el que es importante la investigación y el aporte que como estudiantes podemos dar a la sociedad, se pretende implementar una empresa productora y comercializadora de dulce de toronche que permita cumplir primeramente con una de las normas establecidas por la universidad para poder graduarnos y a la vez poner en práctica todos los conocimientos adquiridos durante todo el proceso académico hasta la actualidad, el mismo que al ponerlo en marcha aportara al desarrollo empresarial, el mismo que ayudará a ganar experiencia en la planificación, desarrollo y control de proyectos que posteriormente servirá como aporte para la transformación de la sociedad.

Justificación social

El desarrollo del presente proyecto contribuirá al desarrollo del país especialmente de la ciudad de Loja a través de la creación de más industrias aprovechando de esta manera las materias primas de alta calidad existentes en nuestra ciudad los mismos que permitirán tener productos competitivos, generando fuentes de empleo e impulsando a la vez el crecimiento del sector agrícola a través de la demanda de materias primas de este sector, así como la superación de los ciudadanos de la localidad.

Justificación económica

Al implementar esta propuesta de investigación se contribuirá al fomento de la producción del toronche dando a conocer sus bondades y beneficios

puesto que en la actualidad no es muy conocido en la ciudad de Loja a pesar de ser una fruta nativa de la misma ciudad, que la gran mayoría de las personas desconocen su existencia pues no han tenido la oportunidad de consumirlo. Este producto al ser puesto en el mercado ayudara al fomento de la economía pues generara fuentes de trabajo e ingresos para los habitantes de la ciudad así como también generara beneficios a los proveedores de esta materia prima.

OBJETIVOS

Objetivo General

Realizar el estudio de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de dulce de toronche en la ciudad de Loja.

Objetivos Específicos

- Realizar el estudio de mercado que permita identificar la oferta, demanda y los sistemas de comercialización para la realización del proyecto.
- Realizar el estudio técnico que permita determinar la mejor ubicación de nuestra planta así como también el proceso productivo y requerimientos técnicos más idóneos para la elaboración del dulce de toronche.
- Diseñar la estructura organizacional y jurídica de la empresa.
- Realizar el estudio económico-financiero de la empresa.
- Realizar la evaluación financiera del proyecto que permita evaluar su viabilidad económica.

ANEXO 3**MATERIA PRIMA DIRECTA**

Peso por unidad	250 gr
Unidades anuales	149760
Total en gramos producción	37440000
Producción anual en kilos	37440 kilos
Producción mensual	3120 kilos
Producción diaria (22 días)	142 kilos

ANEXO 3.1

PRODUCTO (DULCE DE TORONCHE)				
MATERIA PRIMA (KG)	% UTILIZADO	DIARIA	MENSUAL	ANUAL
toronche	65,70%	93,17	2050	24598
panela	34,10%	48,36	1064	12767
sorbato de potasio	0,10%	0,14	3	37
benzoato de sodio	0,10%	0,14	3	37
Total		142	3120	37440

ANEXO 3.2

MATERIA PRIMA DIRECTA PRODUCCION DIARIA 142 KILOS				
DENOMINACIÓN	UNIDAD	CANTIDAD DIARIA	PRECIO POR KILO	VALOR TOTAL
Toronche	Kilos	93,17	1,00	93,17
Panela	Kilos	48,36	0,90	43,52
Sorbato de potasio	Kilos	0,14	7,50	1,06
Benzoato de sodio	Kilos	0,14	7,50	1,06
TOTAL				138,83

De esta manera 138,83 multiplicado por los 264 días de producción nos da como resultado **\$36650** dólares anuales.

ANEXO 3.3

MATERIA PRIMA DIRECTA PRODUCCION MENSUAL 3120 KILOS				
DENOMINACIÓN	UNIDAD	CANTIDAD MENSUAL	PRECIO POR KILO	VALOR TOTAL
Toronche	Kilos	2049,84	1,00	2049,84
Panela	Kilos	1063,92	0,90	957,53
Sorbato de potasio	Kilos	3,12	7,50	23,40
Benzoato de sodio	Kilos	3,12	7,50	23,40
TOTAL MENSUAL				3054,17

De esta manera 3054,17 multiplicado por los 12 meses del año nos da como resultado **\$36650** dólares anuales.

ANEXO 3.3

MATERIA PRIMA DIRECTA PRODUCCION ANUAL 37440 KILOS				
DENOMINACIÓN	UNIDAD	CANTIDAD ANUAL	PRECIO POR KILO	VALOR TOTAL
Toronche	Kilos	24598	1,00	24598
Panela	Kilos	12767	0,90	11490
Sorbato de potasio	Kilos	37	7,50	281
Benzoato de sodio	Kilos	37	7,50	281
TOTAL 1^{er} AÑO				36650

La inversión anual es de 36650 para la producción de 149760 presentaciones de 250 gramos de dulce de toronche.

ÍNDICE

CONTENIDO	PAG.
• PORTADA	i
• CERTIFICACIÓN	ii
• AUTORÍA	iii
• CARTA DE AUTORIZACIÓN	iv
• DEDICATORIA	v
• AGRADECIMIENTO	vi
a. TÍTULO	1
b. RESUMEN	2
c. INTRODUCCIÓN	8
d. REVISIÓN DE LITERATURA	11
e. MATERIALES Y MÉTODOS	50
f. RESULTADOS	56
g. DISCUSIÓN	77
h. CONCLUSIONES	164
i. RECOMENDACIONES	165
j. BIBLIOGRAFÍA	166
k. ANEXOS	168