



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CUBOS DE CAFÉ GOURMET INSTANTANEO ENDULZADOS CON PANELA ORGÁNICA EN LA CIUDAD DE LOJA.”

Tesis previa a la obtención del título de Ingeniera Comercial.

AUTORA:

TATIANA MARICELA LÓPEZ FAICÁN

DIRECTOR:

ING. PATRICIO GÓMEZ CABRERA

1859
Loja – Ecuador

2013

CERTIFICACIÓN:

Ing. Com.

Patricio Gómez Cabrera

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

CERTIFICO.-

Que la Tesis desarrollada por la egresada Tatiana Maricela López Faican cuyo título es **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CUBOS DE CAFÉ GOURMET INSTANTANEO ENDULZADOS CON PANELA ORGANICA EN LA CIUDAD DE LOJA."**, ha sido revisado prolijamente en su contenido teórico-práctico por lo que autorizo su presentación y sustentación.

Loja, Noviembre del 2013



**Ing. Com. Patricio Gómez Cabrera
DIRECTOR DE TESIS**

AUTORÍA

Yo, Tatiana Maricela López Faican, declaro ser autor(a) del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

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

AUTORA: Tatiana Maricela López Faican.

FIRMA. 

CÉDULA: 1104619661

FECHA: Loja, noviembre de 2013

CARTA DE AUTORIZACIÓN

Yo Tatiana Maricela López Faican, declaro ser autor (a) de la Tesis titulada: **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CUBOS DE CAFÉ GOURMET INSTANTANEO ENDULZADOS CON PANELA ORGANICA EN LA CIUDAD DE LOJA."**, Como requisito para optar al Grado de: INGENIERO COMERCIAL: autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, 14 de Noviembre del dos mil trece, firma el autor.

FIRMA:.....

AUTORA: Tatiana Maricela López Faican

CÉDULA: 1104619661

DIRECCIÓN: Loja, Sauces Norte.

CORREO ELECTRÓNICO: tatyslof_88@hotmail.com

TELÉFONO: 0979720025

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Patricio Gómez Cabrera.

PRESIDENTA DE TRIBUNAL: Ing. Carmen Cevallos.

MIEMBROS DEL TRIBUNAL. Ing. Talhia Quizhpe.

Ing. Oscar Gómez Cabrera.

DEDICATORIA

Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

Mis padres, especialmente a mi madre Beatriz Faicán, por darme la vida, quererme mucho, creer en mí y porque siempre me apoyaste. Mamá gracias por darme una carrera para mi futuro, todo esto te lo debo a ti.

Mis hermanos, Wilson, Mireya, Patricia, Graciela, mis cuñados José Luis Sarango, Diana Bustamante, Diego Rojas por estar conmigo y apoyarme siempre, los quiero mucho.

Mi sobrinos, Joaquín, Juan Andrés, Ssayd, Mateo, Josep, para que vean en mí un ejemplo a seguir.

Todos mis amigos, Anabel, Tania, Diana, Roció, Mario, Víctor, María José por compartir los buenos y malos momentos.

De manera muy especial al Ingeniero Geovanny Patiño que con sus conocimientos me ha brindado asesoría y despejado dudas presentadas, por su gran apoyo y motivación para la elaboración y culminación de esta tesis; por su tiempo compartido y por impulsar el desarrollo de mi formación profesional.

Todos aquellos familiares y amigos que no recordé al momento de escribir esto. Ustedes saben quiénes son.

AGRADECIMIENTO

Entre uno de los esfuerzos más importantes de nuestra vida, constituye la profesionalización, por ello expreso mi testimonio de gratitud, a la Universidad Nacional de Loja por haberme permitido superarme, a los Directivos del Área Jurídica Social y Administrativa, al personal docente de la Carrera de Administración de Empresas y de manera especial al Ing. Patricio Gómez Cabrera en su calidad de **DIRECTOR** del presente trabajo de Investigación, por haberme brindado sus valiosos conocimientos y compartir sus invalorable experiencias

LA AUTORA

a. Título

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CUBOS DE CAFÉ GOURMET INSTANTANEO ENDULZADOS CON PANELA ORGÁNICA EN LA CIUDAD DE LOJA.”

b. RESUMEN

La investigación desarrollada se refiere a un proyecto de factibilidad, para la implementación de una empresa de producción y comercialización de cubos de café gourmet instantáneo endulzados con panela orgánica en la Ciudad de Loja.

La investigación se realizó mediante consultas a varias fuentes como primarias y secundarias, la información obtenida, mediante encuestas y entrevistas realizadas a las Familias de la Ciudad de Loja, en un total de 400 familias encuestadas, de las cuales el 58,08%, que corresponde a un 19.645 familias son posibles demandantes, con un promedio de consumo de 8.545.469 unidades de cubos de café anuales, de las cuales la empresa "Proena" cubrirá el 16%, que corresponde a 1'386.048,00 cubos de café anuales a producir.

En el estudio técnico, se señala que esta empresa, estará localizada en la Provincia de Loja, específicamente en la Ciudad de Loja, barrio Época, calle Colombia entre Brasil y Filipinas.

En cuanto a la vida útil del proyecto es de 5 años, el costo unitario es \$ 0,11, con el 45% de utilidad y con un precio de venta al público de \$ 0,16, y la caja de 24 unidades tiene un precio de \$3,84 para la comercialización de estos productos, se utilizara el canal Productor- Distribuidor – Consumidor.

La inversión del proyecto asciende a 71.334, 38 dólares, la que será solventada con el 30% de capital propio, que corresponde a 21.400,31 dólares y el 70% obtenido mediante crédito, que significa 49.934,07 dólares.

Dentro de la Evaluación Financiera, se determinó que el proyecto si es factible de acuerdo a los índices económicos como son: el Valor Actual Neto

(VAN), con la cantidad de 145.943,42 dólares; Tasa Interna de Retorno del 74%; Relación Beneficio Costo de \$ 1,46 cuarenta y seis centavos por dólar invertido; Periodo de Recuperación de Capital de 3 años, 5 mes, 15 días y 0 horas, Análisis de Sensibilidad del 0,86, con incremento de los costos del 8%; y con disminución del 6% en los ingresos, con sensibilidad del 0,85%.

Para el correcto funcionamiento de la empresa, se ha creído conveniente requerir de: el personal que se contratara, gerente, asesor jurídico, secretaria, contadora, jefe de producción, jefe de ventas, obreros, vendedor, y chofer.

Y para finalizar la microempresa, estará conformada de acuerdo a las normas que establece la compañía Limitada, con sus respectivos organigramas, estructural, funcional, posicional, manual de funciones.

ABSTRACT

The developed investigation refers to a project of feasibility, for the implementation of a production company and commercialization of cubes of instantaneous brown gourmet sweetened with organic panela in the City of Loja.

The investigation was carried out by means of consultations to several sources like primary and secondary, the obtained information, by means of surveys and interviews carried out to the Families of the City of Loja, in a total of 400 interviewed families, of those which 58,08% that corresponds to a 19.645 families are possible plaintiffs, with a consumption average of 8.545.469 units of annual cubes of coffee, of those which the company "Proena" will cover 16% that corresponds at 1'386.048,00 annual cubes of coffee to take place.

In the technical study, it is pointed out that this company, it will be located in the County of Loja, specifically in the City of Loja, neighborhood Time, street Colombia between Brazil and Philippines.

As for the lifespan of the project it is of 5 years, the unitary cost is 0,11 \$, with 45% of utility and with a selling price to the public of 0,16 \$, and the box of 24 units has a price of \$3,84 for the commercialization of these products, the Producing channel was used - Distributor. Consumer.

The investment of the project ascends to 71.334, 38 dollars, the one that will be paid with 30% of own capital that corresponds to 21.400,31 dollars and 70% obtained by means of credit that means 49.934,07 dollars.

Inside the Financial Evaluation, it was determined that the project if it is feasible according to the economic indexes as they are: the Current Net (VAN) Value, with the quantity of 145.943,42 dollars; It appraises it Interns of Return of 74%; Relationship Benefits Cost of \$ 1,46 forty six cents for

invested dollar; Period of Recovery of Capital 3 years old, 5 month, 15 days and 0 hours, Analysis of Sensibility of the 0,86, with increment of the costs of 8%; and with decrease of 6% in the revenues, with sensibility of 0,85%.

For the correct operation of the company, it has felt convenient to require of: the personnel that was hired, manager, advisory juridical, secretary, accountant, production boss, boss of sales, workers, salesperson, and driver. And to conclude the microempresa, it will be conformed according to the norms that it establishes the Limited company, with their respective flowcharts, structural, functional, posicional, manual of functions.

c. INTRODUCCIÓN

Es de suma importancia para la sociedad, el mantener una economía estable, en la que se pueda desarrollar actividades, que permitan el adelanto de los que habitamos en ella, razón por la cual al pertenecer a una ciudad y conocer de cerca su problemática, nace la iniciativa de elaborar y evaluar un proyecto denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CUBOS DE CAFÉ GOURMET ENDULZADOS CON PANELA ORGANICA EN LA CIUDAD DE LOJA”** el mismo que tiene la finalidad de generar trabajo y desarrollo a la ciudad.

Es muy importante plantear este proyecto de inversión, en razón de que el estudio, permite dar paso a que las personas que laboran puedan disfrutar de un buen café fácil de preparar y llevar, ideal para viajeros, amas de casa, estudiantes, ejecutivos, etc.

El trabajo contiene, resumen en el que se describe los componentes del proyecto, en la introducción se presentan los datos obtenidos como resultados de la investigación realizada, la revisión de literatura abarca el mercado referencial, que contiene información sobre los componentes del producto propuestos como son las generalidades del café, su importancia, la panela, y en lo que respecta al marco conceptual, se incluye de forma ordenada las categorías y conceptos seleccionados, información sobre proyectos de factibilidad sus unidades, a continuación se presentan los materiales y métodos, en donde se utilizó herramientas de recolección de datos.

Posteriormente se presenta los resultados en el cual se presentan los datos recolectados con los instrumentos de campo, el análisis e interpretación, luego se muestra la discusión, en la misma encontramos el estudio de mercado, la demanda potencial, demanda actual y efectiva, se establece la

oferta, la diferencia entre oferta y demanda, para conocer la demanda insatisfecha.

Luego se presenta el estudio técnico, en donde se determina la capacidad instalada y utilizada del proyecto, la ingeniería del proyecto la micro y macro localización, así como los requerimientos de equipos y materiales para los procesos de producción.

El diseño Administrativo, se determina el tipo de organización con la que va a funcionar la empresa, los organigramas propuestos, y el manual de funciones. En lo referente al estudio financiero se establece las inversiones, el financiamiento, ingresos y egresos del proyecto, el presupuesto de operación, y en el estudio financiero se presentan los cálculos de los índices de evaluación financiera aplicados para la determinación de la viabilidad económico-financiera.

Luego, se establece las conclusiones y recomendaciones a las que se llegó con el proceso investigativo, la bibliografía y finalmente los anexos que son el apoyo de la realización del proyecto, todo ello para determinar su factibilidad.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL.

Historia del Café¹

El café es la bebida más vendida en el mundo. Precisamente porque esta “fantástica” bebida nos despierta en la mañana, nos mantiene activos durante el día y en la noche estimula nuestro intelecto para soportar las largas sesiones de trabajo o de estudio. Porque la cafeína, sustancia característica del café en, aproximadamente, 0,75 a 1,5% del peso, tiene efectos vigorizantes, tonificantes y estimulantes, aunque puede conducir a la adicción si se sobrepasa el consumo de 700 ml/día (tres tazas).

El café de origen africano (Kaffa, SO de Etiopia -Abisinia), fue cultivado en el Sur de Arabia desde hace cinco siglos. Para los 1500 ya se comercializaba en Europa. En 1727 se introdujo en Brasil y desde aquí, pasando por las Antillas, llegó a Centroamérica y Sudamérica. Jipijapa, en la provincia de Manabí, es considerado el lugar donde se cultivó por primera vez (1860) el café en territorio ecuatoriano. A la provincia de Loja debe haber llegado a finales del siglo XIX o inicios del XX... Y, desde entonces, pasó a convertirse en parte importante de la gastronomía ecuatoriana y lojana, acompañándose como bebida de origen vernáculo al majado de plátano, en Loja, al tamal y zambate. El café crece bien en muchas partes, pero en Sudamérica se produce cerca de las dos terceras partes de todo el café “arábigo” que se consume en el mundo.

En Ecuador, la producción significativa de café (superior al millón de sacos) se inició en 1975, y desde entonces la cifra se ha mantenido en esos términos. En el 2001, se produjeron 1'062.000 sacos de 60 Kg (63.720 TM) y se exportó, aproximadamente, la tercera parte. El café ecuatoriano se exporta actualmente a cerca de cincuenta países, entre otros: Estados Unidos, Canadá, Japón, España, Alemania, Italia, Francia, Bélgica, Países Bajos, Suiza, Polonia, Argentina, Chile.

¹ http://es.wikipedia.org/wiki/Efectos_del_caf%C3%A9_en_la_salud

Se cultiva en unas 300.000 hectáreas, sin embargo, en esta etapa de globalización, la competencia por la calidad del producto es cada vez más exigente. Aquí, en América, los países centroamericanos compiten con Colombia y los países andinos en la producción del llamado café de altura (café arábigo), considerado el mejor. Y a nivel nacional las provincias de Manabí, El Oro, Loja y Zamora-Chinchipe.

Hasta 1876, el cultivo de este producto se encontraba en una etapa primitiva. Al abrirse el Ecuador al comercio mundial se dio un impulso significativo a las pequeñas plantaciones, alcanzando un cierto grado de desarrollo, hasta constituirse el café en un producto de exportación importante para la economía de la nación.

En el territorio del Ecuador tiene una gran capacidad productiva en cuanto a café se refiere constituyendo una fuente de empleo por décadas para la economía ecuatoriana destacándose en las exportaciones agrícolas del país, dieron origen al desarrollo de otras importantes actividades económicas como el comercio, la industria, entre otras, convirtiéndose en uno de los pocos en el mundo que exporta todas las variedades de café: Arábigo lavado, Arábigo natural y Robusta. Los diferentes ecosistemas, permiten que los cultivos de café se den a lo largo y ancho del país, llegando a cultivarse inclusive en las Islas Galápagos. Debido a la ubicación geográfica del Ecuador, su café es de los mejores producidos en América del Sur y de los más demandados en Europa.

Actualmente, este cultivo se encuentra ubicado a nivel nacional. Según los datos del último Censo Agropecuario existen 151,900 hectáreas de cultivo de café solo y 168,764 hectáreas de cultivo de café asociado. En la superficie únicamente de café, Manabí ocupa el 38.6%, Sucumbíos el 17.36%, Orellana 11.89%, El Oro 7.67%, Loja el 4.01% y la diferencia en otras provincias, en tanto que en la superficie asociada de café, Manabí ocupa un 24.25%, Los Ríos 17.9%, Guayas 9.22%, Esmeraldas 7.94%, Pichincha 13.90%, Bolívar un 7.05% y el resto en otras provincias

productoras. En nuestro país se cultivan las dos especies de café, arábigo y robusta. Aproximadamente, el 55% de la superficie total es de arábigo. La producción de arábigo, considerado de mejor calidad se concentra específicamente en Manabí , la provincia de Loja y las estribaciones de la Cordillera Occidental de los Andes, en tanto que el robusta se cultiva en la Amazonía, es decir en Sucumbíos y Orellana, en su mayor porcentaje.

El cultivo, producción, comercialización, industrialización y exportación del café, son sectores importantes para la economía del Ecuador, por lo que es necesario que los sectores privado y público trabajen mancomunadamente, a fin de lograr un desarrollo sostenido y alcanzar un mejoramiento de las condiciones socioeconómicas de los agricultores dedicados a esta actividad, así como el fortalecimiento y ampliación de las exportaciones y el incremento del aporte en insignias para la economía ecuatoriana.



La Importancia del café.

El café es sin duda un producto especial, cuya calidad depende de numerosos factores. Un café de alta calidad requiere tener en cuenta temas tan complejos y variados que van desde el árbol y su entorno hasta los procesos de post cosecha. Es imposible apreciar la calidad del café sin hacer un justo reconocimiento al arduo trabajo de los productores de café.

Por estas razones, para los consumidores sofisticados y exigentes el origen no debe pasar desapercibido. Es la información más importante que debe tener toda etiqueta o empaque de café. Muchos empaques describen al café como una *mezcla*, término que en muchos casos disfraza u oculta el

verdadero origen y evita que los industriales del café desarrollen lazos de lealtad con los productores o con orígenes específicos. A raíz de estas prácticas se han desarrollado iniciativas de garantía de origen, que buscan asegurar al industrial y al consumidor que el café descrito como proveniente de cierto país o región.

Efectos del café en la salud

El café es consumido en gran medida no sólo por su sabor, sino por los efectos que tiene en los consumidores. El grano de café en sí mismo contiene sustancias químicas que son estimulantes para las personas. Estas sustancias son tóxicas en grandes dosis.

Componentes del café

El café contiene cafeína, un alcaloide que posee entre otras cosas, propiedades estimulantes. Por esta razón se consume sobre todo por la mañana, o durante las horas de trabajo, y a veces de noche, por aquellos que quieren permanecer despiertos y concentrados.

Beneficios

El consumo del café tiene beneficios para el organismo a pesar de la cafeína es considerada valiosa por sus efectos antioxidantes ya que aumenta la eficacia de los analgésicos, especialmente la de los medicamentos que actúan contra el dolor de cabeza y puede aliviar a algunas personas el asma. Por esta razón algunos fabricantes de aspirina también incluyen una pequeña dosis de cafeína en la pastilla.

Una de las propiedades que más se conoce de la cafeína es que interviene en el sistema nervioso central estimulando “el estado de alerta y el ánimo de las personas” Actualmente, son muchos los alimentos que poseen a la cafeína: bebidas cola y el té son algunos de ellos.

Varios estudios que compararon bebedores de café moderados (unas 2 tazas al día) con consumidores esporádicos de café (menos de una taza al día) concluyeron que aquellos que bebían más café tenían muchas menos probabilidades de desarrollar algunas enfermedades como el Alzheimer, reducir el riesgo de padecer gota, diabetes mellitus de tipo II hasta la mitad, cálculos biliares, cirrosis en caso de los bebedores de alcohol, y el cáncer al hígado ya que bloquean las enzimas malignas que participan en la aparición del cáncer.

El café es cardioprotector, es un potente estimulante del peristaltismo y en ocasiones se considera que evita el estreñimiento, aumentar la memoria a corto plazo y el cociente intelectual, cambia el metabolismo de la persona, de tal forma que su cuerpo convierte una mayor proporción de lípidos a carbohidratos, lo que puede ayudar a los atletas a evitar la fatiga muscular.

Riesgos del consumo de café

Muchos efectos notables del café están relacionados con su contenido en cafeína. Los riesgos del café para la salud han sido estudiados, con resultados variantes. Una variable es el tipo de proceso de café empleado; mientras que algunos implican el uso de solventes orgánicos que pueden dejar trazas residuales, otros utilizan vapor. Los rasgos malignos del café, se ven más acentuados en los adolescentes como; ansiedad, insomnio, irritabilidad, eleva el colesterol, y puede reducir la fertilidad en las mujeres, es hipertenso y puede causar adicción, pero cabe destacar que esto se da si es bebida en exceso.

Ventajas y desventajas del consumo de café²

Beberse una taza de café con leche en el desayuno, a media mañana o después de comer son acciones tan habituales que ni siquiera uno se para a pensar si dicho hábito es beneficioso o no para nuestra salud. El café, como

²http://www.sigojoven.com/grupos/salud_ysexo/articulo/ventajas_y_desventajas_del_consumo_de_cafe

ocurre con la mayoría de los alimentos, tiene tanto sus cosas buenas como sus cosas malas. Tal y como ocurre con la cerveza o con el vino, un consumo moderado de café (unas dos tazas al día) aportan beneficios al organismo, pero el abuso de dicha bebida trae consigo ciertas desventajas. Aquí os enumeramos brevemente las principales ventajas que tiene tomarse sólo un par de tazas de café al día y las desventajas que tiene el consumo abusivo de café.

Ventajas de un consumo moderado de café:

Tomar una o dos tazas de café al día....

- Aporta energía y vitalidad.
- Puede reducir el riesgo de padecer diabetes del tipo 2 y otras enfermedades como el cáncer al hígado.
- Retrasa el envejecimiento de la piel gracias a sus antioxidantes.
- Es estimulante.

C.1.3.2 Desventajas/ Consecuencias de un consumo abusivo de café:

Tomar más de dos/ tres tazas al día de café puede acarrear:

- Retención de líquidos
- Nerviosismo e intranquilidad. Esta excitación puede implicar que no se descanse adecuadamente.
- Adicción
- Aumento de colesterol.
- Irritabilidad.
- Estéticamente tiende a dar un color amarillento a la dentadura.

Como ya hemos dicho anteriormente, un par de tacitas de café al día no hacen daño a nadie, pero más puede ser un riesgo.

LA PANELA³

La caña de azúcar es un cultivo que se introdujo en el mestizaje culinario durante la época de la conquista española a América. Con la caña llegaron también los trapiches y el proceso de la molienda así como sus productos.

El cultivo de la caña de azúcar se desarrolló especialmente en las zonas cálidas, clima al que le era favorable. Tiene un período vegetativo de aproximadamente año y medio, para iniciar su proceso de convertirse en panela.



La panela es un endulzante muy potente que se obtiene al evaporar los jugos de la caña de azúcar. Es un tipo de azúcar muy utilizado en los países de Latinoamérica, y cada vez se está extendiendo su uso más geográficamente hablando, ya que contiene

infinidad de propiedades. El secreto de este azúcar está en que es totalmente natural y orgánico ya que no sufre ningún proceso en su elaboración.

Debe el origen de su nombre al hecho de que se panifica el jugo de la caña. Se le considera el azúcar más puro. Se elabora en pequeñas fábricas llamadas trapiches donde el jugo de la caña se cuece a altas temperaturas hasta obtener una melaza muy densa y deshidratándose y solidificándose en paneles rectangulares que se cortan o en moldes de diferentes formas.

Su único ingrediente es el jugo de la caña de azúcar. Al no sufrir refinado, ni procesos químicos conserva sus nutrientes. Es principalmente sacarosa, aunque también tiene en menor medida glucosa y fructuosa. Aporta

³ <http://www.directoalpaladar.com/cultura-gastronomica/que-es-la-panela>

cantidades apreciables de vitaminas A, algunas del grupo B, C, D y E, calcio, hierro, potasio, fósforo, magnesio, cobre, zinc y manganeso. La panela contiene 5 veces más minerales que el azúcar moreno y 50 veces más minerales que el azúcar blanco.

Se utiliza de muchas maneras distintas, normalmente como edulcorante de refrescos, tés, infusiones, chocolates, mermeladas, zumos entre otros, en infinidad de postres o como ingrediente principal de algunas bebidas. Y se comercializa en distintas presentaciones, en bloque, en polvo o en pastillas

La panela, es uno de los verdaderos hitos de identificación de la patria. Alimento de todos, de pobres y de ricos, de los mayores y de los pequeños, de nuestros soldados, de las mujeres trabajadoras, de nuestros deportistas, la panela nos llena a todos de energía y nos endulza el cuerpo y el alma.

Proceso de fabricación de la panela

La panela se la elabora a partir de la evaporación del jugo de la caña de azúcar a altas temperaturas, por lo que se la podría considerar como un producto más sano y concentrado que otros. De esta cocción se obtiene la masa que posteriormente se convertirá en el producto final.

El proceso de fabricación de la panela está compuesto por una serie de pasos compuestos por el cultivo, después sigue la extracción de jugos, continuando la pre limpieza y limpieza de los mismos, seguido están los pasos de evaporación y concentración, el punteo, posteriormente se realiza el bateo y moldeo y se finaliza con el empaque y almacenamiento de la panela.

El proceso de extracción, se inicia pasándola a través de molinos paneleros o trapiches, que por presión física extraen el jugo crudo o guarapo como producto principal y el bagazo, material restante que se utiliza como combustible para la hornilla. El jugo crudo o sin clarificar obtenido debe pasarse a través de un sistema de pre limpieza, después pasa a tanques de

almacenamiento. En esas condiciones el jugo es conducido a otro recipiente, donde se realiza la clarificación, este proceso se realiza mediante la adición de las cortezas vegetales floculantes.

Se continúa la evaporación de agua aumentando de esta manera la concentración de azúcares en los jugos, cuando éstos alcanzan un contenido de sólidos solubles cercano a los 70B y adquieren consistencia de mieles que pueden ser utilizadas para consumo humano o continuar concentrando hasta el punto de panela. La producción de panela finaliza cuando se alcanza una temperatura entre 118 y 123C (dependiendo del tipo de panela que se quiera producir y de la altura sobre el nivel del mar) y un contenido de sólidos solubles de 90 a 95 Brix.

La panela líquida se deposita en bateas preferiblemente de acero inoxidable y por acción de batido intensivo e intermitente se enfría para el moldeo, el cual se realiza mediante el uso de elementos en madera, individuales o múltiples denominados gaveras, en los cuales la panela solidifica adquiriendo su forma definitiva. El producto frío se empaqueta por unidades de kilo o múltiplos de este, en cajas de cartón corrugado.

Calidad

La calidad del producto final o panela se mide por su color, la claridad es símbolo de un buen producto y su textura a mayor dureza mejor durabilidad, para la obtención de un buen producto son necesarios algunos factores clasificados de acuerdo a la materia prima, a los instrumentos de trabajo y sobre todo al factor humano.

Materia prima.- Empieza por los suelos de cultivo, la composición orgánica de los suelos pueden hacer variar la textura, la composición y el color de la panela, así como el corte antes de tiempo afectará la acidez y el color del líquido, el descogolle también es importante, de no hacerse esta operación se dificulta el endurecimiento del producto, a su vez la demora de la caña ya

cortada en el molino repercute en su composición y se empieza a dañar, por tanto el jugo no es el mismo. Mientras que el grado de madurez de la planta es garantía de un buen jugo.

En cuanto a los instrumentos de trabajo.- Tenemos el caso del ajuste defectuoso de las masas del molino cuya consecuencia es sacar una caña medianamente molida por consiguiente poco jugo, la o no limpieza de los implementos de trabajo y de la misma caña traen sustancias extrañas en el líquido y por lo tanto una panela sucia.

La proporción de sacarosa en el jugo y el control de la acidez son dos causas de buena calidad en el resultado de la molienda.

Fallas humanas.- Como que el templador no verifique bien el punto de la miel y el saque antes o después, o que no la bata correctamente, se refleja en el grano, en la consistencia, el color y la mala textura.

Beneficios⁴

Los beneficios de la panela son múltiples, su consumo proporciona energía a nuestro organismo, fortalece el sistema inmunológico, previene enfermedades y es un excelente cicatrizante.

A pesar de que se la utiliza más para endulzar líquidos, como el café o té, también se la puede consumir directamente por su extraordinario sabor y cualidades nutricionales, ya que aportan grandes propiedades y beneficios para el bienestar y la buena salud del ser humano ya que poseen un alto contenido de Calorías, vitaminas y minerales.

Este tipo de azúcar lo podremos encontrar en herboristerías y tiendas especializada en alimentación natural. Además cada vez está presente en más secciones de productos latinos en grandes superficies, así como en tiendas especializadas en este tipo de alimentos. Por todo esto es

⁴ <http://www.ppelverdadero.com.ec/index.php/economia/item/los-grandes-beneficios-de-la-panela.html>

importante que incluyamos en nuestra dieta este alimento que nos ayudará a mejorar la salud a la vez que endulzamos nuestros platos.

Propiedades nutricionales de la panela

La panela es un alimento saludable, con excelentes características nutricionales, lo cual la ubica a la altura de las exigencias de los productos alimenticios de este nuevo milenio.

Es un producto obtenido de la evaporación de los jugos de la caña y la cristalización de la sacarosa, que contiene minerales y vitaminas.

Los Azúcares.- Dentro de los carbohidratos, la sacarosa es el principal constituyente de la panela, con un contenido que varía entre 75 y 85% del peso seco. Este tipo de azúcares son fácilmente metabolizados por el cuerpo, transformándose en energía necesaria requerida por el cuerpo.

El aporte energético de la panela oscila entre 310 y 350 calorías por cada 100 gramos. Un adulto que ingiera 70 gramos diarios de panela (que es el consumo diario por habitante a nivel nacional), obtendrá un aporte energético equivalente al 9% de sus necesidades.

Las Vitaminas.- La panela aportan un conjunto de vitaminas esenciales que complementan el balance nutricional de otros alimentos y aportan en el crecimiento del organismo. Dentro de las vitaminas que posee la panela se encuentran: A, B1, B2, B5, B6, C, D y E. las cuales complementan el balance nutricional de otros alimentos.

Los Minerales.- La panela poseen minerales como potasio, magnesio, calcio, fósforo, hierro, zinc, manganeso, los cuales son necesarios en la conformación de la estructura de los huesos, de otros tejidos y de algunas secreciones del organismo como la leche. Estos minerales intervienen en múltiples actividades metabólicas: activan importantes sistemas enzimáticos,

controlan el Ph, la neutralidad eléctrica y los gradientes de potencial electroquímico.

Características

La panela se considera un alimento que, a diferencia del azúcar, que es básicamente sacarosa, presenta, además, significativos contenidos de glucosa, fructosa, proteínas, minerales (como el calcio, el hierro y el fósforo) y vitaminas como el ácido ascórbico.



La elaboración de la panela, por lo general, se realiza en pequeñas fábricas comúnmente denominadas trapiches en procesos de agroindustria rural que involucran a múltiples trabajadores agrícolas y operarios de proceso.

PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN.

La presente propuesta, consiste en la elaboración de cubos de café gourmet instantáneos endulzados con panela orgánica, siendo este un producto innovador beneficiando así a las familias de la Ciudad de Loja.

CUBOS DE CAFÉ GOURMET⁵

Se trata de un exclusivo, novedoso y nuevo concepto de producto Café Gourmet saborizado cuya presentación es en cubos empacados individualmente para porciones personalizadas, la presentación de este

⁵ <http://www.guiadelcafe.com/vincentas-business-posiciona-el-cafe-con-panela-en-cubos/eeuu/>.

producto lo hace llamativo, portátil, sencillo y muy simple para preparar bebidas en frío o caliente, fabricado a base de Café, panela y sabores que ha sido sometido al proceso de solubilización.

Café en cubos saborizado y endulzado con panela de preparación instantánea, con sabores a natural, vainilla, piña colada, amaretto, moka, limón, Canela, Coco, menta, cappuccino, caramelo, es una bebida exquisita que se obtiene de la utilización de dos de las materias primas más importantes del sector agrícola de nuestro país; una de ellas, la panela y la otra, el café reconocido a nivel mundial por su suavidad, sabor, y aroma.

Son bebidas de fácil preparación en caliente o frío. Especial para crear recetas con o sin licor, utilizando frutas, helados, agua, leche, miel, leche condensada y mucha imaginación para disfrutar de una bebida espectacular.

El “cafecito” fresco endulzado con panela que tradicionalmente se toma en el campo ahora podrá prepararse en cuestión de segundos en la oficina, en un viaje o en cualquier lugar. Sólo se necesita una taza de agua caliente y un cubo de café.

El café con panela en cubos, un producto que conserva la calidad del café pero totalmente innovador en su presentación. Es elaborado con grano molido, endulzante natural (panela) y esencias naturales que le dan diferentes sabores; no contiene aditivos químicos, colorantes, edulcorantes, ni sabores artificiales.

Gracias a su instantánea disolución, le permite al consumidor obtener un café fresco en medio de los acelerados ritmos de vida de hoy, el cual promete crear una nueva cultura de consumir la bebida. El cubo se ajusta a la vida actual de ejecutivos, viajeros, amas de casa, jóvenes, estudiantes o personas mayores que desean degustar una excelente taza de café gourmet, ya sea se encuentren solos o acompañados.

MARCO CONCEPTUAL

PROYECTOS DE INVERSIÓN⁶

Es 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.

CICLO DE VIDA DE LOS PROYECTOS.

PREINVERSION.- Es la fase preliminar para la ejecución de un proyecto que permite, mediante elaboración de estudios, demostrar las bondades técnicas, económicas-financieras, institucionales y sociales de este, en caso de llevarse a cabo. En la etapa de preparación y evaluación de un proyecto, o etapa de análisis de pre inversión, se deben realizar estudios de mercado, técnicos, económicos y financieros.

GENERACIÓN Y ANÁLISIS DE LA IDEA DE PROYECTO.

La generación de una idea de proyecto de inversión surge como consecuencia de las necesidades insatisfechas, de políticas, de un la existencia de otros proyectos en estudios o en ejecución, se requiere complementación mediante acciones en campos distintos, de políticas de acción institucional, de inventario de recursos naturales.

ESTUDIO DEL NIVEL DE PERFIL.

En esta fase correspondiente estudiar todos los antecedentes que permitan formar juicio respecto a la conveniencia y factibilidad técnico –económico de llevar a cabo la idea del proyecto.

⁶ BALBUCA, William y Benítez Edison. 2000 MANUAL PRACTICO PARA EL DESARROLLO DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN.

ESTUDIO DE LA PREFACTIBILIDAD.

En esta fase se examinan en detalles las alternativas consideradas más convenientes, las que fueron determinadas en general en la fase anterior. Para la elaboración del informe de pre factibilidad del proyecto deben analizarse en detalle los aspectos identificados en la fase de perfil, especialmente los que inciden en la factibilidad y rentabilidad de las posibles alternativas.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Esta última fase de aproximaciones sucesivas iniciadas en la pre inversión, se bordan los mismos puntos de la pre factibilidad. Además de profundizar el análisis el estudio de las variables que inciden en el proyecto, se minimiza la variación esperada de sus costos y beneficios.

ETAPAS DE INVERSIÓN

Esta etapa de un proyecto se inicia con los estudios definitivos y termina con la puesta en marcha. Sus fases son:

FINANCIAMIENTO: Se refiere al conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar a la inversión, en forma o proporción definida en el estudio de pre-inversión correspondiente. Por lo general se refiere a la obtención de préstamos.

ESTUDIO DEFINITIVOS: Denominado también estudio de ingeniería, es el conjunto de estudios detallados para la construcción, montaje y puesta en marcha

MERCADOTECNIA⁷

Es la ciencia que sostiene que la tarea clave de la organización es determinar las necesidades, deseos, valores de un mercado meta, con la finalidad de orientar los esfuerzos para que la organización satisfaga las necesidades de una manera más eficiente que sus competidores.

MERCADO.- Entendemos por mercado el lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacción de bienes y servicios a un determinado precio. Comprende todas las personas, hogares, empresas e instituciones que tiene necesidades a ser satisfechas con los productos de los ofertantes. El mercado está en todas partes donde quiera que las personas cambien bienes o servicios por dinero.

PRODUCTO.- Es cualquier ofrecimiento que tiene la capacidad de satisfacer una necesidad o un deseo. Puede ser un objeto físico o bien tangible, o intangible un servicio, un lugar, una información, propiedad etc.

ORGANIZACIÓN.- Una organización es un sistema diseñado para alcanzar ciertas metas y objetivos. Estos sistemas pueden, a su vez, estar conformados por otros subsistemas relacionados que cumplen funciones específicas. Es un grupo social formado por personas, tareas y administración, que interactúan en el marco de una estructura sistemática para cumplir con sus objetivos.

ESTUDIO DE MERCADO.- Un estudio de mercado debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo. Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente. Nos dirá igualmente qué tipo de clientes son los

⁷IULA-CELCADEL 1989. MANUAL DE ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS DE DESARROLLOS LOCAL, Ecuador.

interesados en nuestros bienes, lo cual servirá para orientar la producción del negocio.

MUESTRA.- La población se relaciona directamente con el campo de estudio, entonces se puede inferir toda una serie de importantes conclusiones acerca de la población (estadística inductiva o inferencia estadística) o describir características observadas en la muestra (estadística descriptiva), que permita posteriormente hacer inferencias con relación a la población. Es por ello importante que todo investigador deje bien claro que la muestra asumida es representativa de la población extraída. Para ello se aplica la siguiente fórmula.

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

PRODUCTO.- Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad. El producto es parte de la mezcla de marketing de la empresa, junto al precio, distribución y promoción, lo que conforman las 4 P. (Producto, Precio, Plaza, Promoción.)

PRODUCTO SUSTITUTO.- Los productos sustitutos son aquellos que el cliente puede consumir, como alternativa, cuando cualquier sector baja la calidad de sus productos por debajo de un límite por el cual el cliente está dispuesto a pagar o sube el precio por arriba de este límite. Los productos sustitutos son bienes que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad.

ESTUDIO TÉCNICO.- El estudio técnico es la reunión y análisis de los antecedentes que guardan relación con la factibilidad de producir el bien o servicio por parte del proyecto y el efecto que tienen sus variables en la rentabilidad del mismo.

OFERTA.- Podemos considerar que la Oferta es la cantidad que se puede tener en un cierto tiempo y en un lugar determinado por aquellos que desean comprarla, así como la cantidad destinada a la venta, donde quiera que esté,

que los comerciantes en el mercado particular saben o creen que está disponible.

DEMANDA.- Se define como Demanda, la cantidad demandada a la cantidad de un bien o de un servicio que está dispuesto a comprar el sujeto económico. Hay que fijarse que en la definición hablamos de lo que el sujeto económico está dispuesto a comprar.

DEMANDA POTENCIAL.- es un límite superior de la demanda real que se ha de estimar para el supuesto en que el esfuerzo comercial realizado es máximo. Cantidad expresada en unidades físicas o monetarias, referidas a un periodo temporal y unas condiciones dadas. Si además quisiéramos estimar la demanda potencial del mercado habría que establecer hipótesis adicionales respecto a cuantos individuos son posibles compradores del producto pues como sabemos la demanda global se forma por agregación de demandas individuales.

DEMANDA EFECTIVA.- Conjunto de mercancías y servicios que los consumidores realmente adquieren en el mercado en un tiempo determinado y a un precio dado. La demanda efectiva es el deseo de adquirir un bien o servicio, más la capacidad que se tiene para hacerlo.

PRECIO.- Generalmente se denomina precio al pago o recompensa asignado a la obtención de un bien o servicio o, más en general, una mercancía cualquiera. Los precios son generalmente referidos o medidos en unidades monetarias, se puede considerar que bienes y servicios son obtenidos por el trueque, que, en economías modernas, generalmente consiste en intercambio por, o mediado a través del, dinero.

PLAZA.- Una plaza es un espacio urbano público, amplio y descubierto, en el que se suelen realizar gran variedad de actividades. Las hay de múltiples formas y tamaños, y construidas en todas las épocas, pero no hay ciudad en

el mundo que no cuente con una. Por su relevancia y vitalidad dentro de la estructura de una ciudad se las considera como salones urbanos.

PRODUCTO.- El servicio como producto y la comprensión de las dimensiones de las cuales está compuesto es fundamental para el éxito de cualquier organización de marketing de servicios. Como ocurre con los bienes, los clientes exigen beneficios y satisfacciones de los productos de servicios. Los servicios se compran y se usan por los beneficios que ofrecen, por las necesidades que satisfacen y no por sí solos.

PROMOCIÓN.- La promoción en los servicios puede ser realizada a través de cuatro formas tradicionales, de tal manera de poder influir en las ventas de los servicios como productos. Estas formas son: Publicidad: definida como cualquier forma pagada de presentación no personal y promoción de servicios a través de un individuo u organización determinados. Venta personal: definida como la presentación personal de los servicios en una conversación con uno o más futuros compradores con el propósito de hacer ventas.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN.- Los Canales de Distribución son todos los medios de los cuales se vale la Mercadotecnia, para hacer llegar los productos hasta el consumidor, en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes para ambos. Además los Canales de Distribución aportan a la Mercadotecnia las utilidades espaciales, temporal y de propiedad a los productos que comercializan.

LOCALIZACIÓN.- La decisión de Localización es una de las más importantes en el proceso de elaboración de un proyecto de inversión. Tiene una incidencia directa en los flujos de ingresos y egresos y por ende en la evaluación.

MACRO LOCALIZACIÓN.- Es el estudio que tiene por objeto determinar la región o territorio en la que el proyecto tendrá influencia en el medio. Describe características y establece ventajas y desventajas que se pueden comparar en lugares alternativos para la ubicación de la planta.

MICRO LOCALIZACIÓN.- Micro es el lugar, más concreto, más en específico Micro localización: Consiste en la selección puntual del sitio para la instalación del proyecto, una vez cumplido el análisis de macro localización.

CAPACIDAD INSTALADA.- Término que se usa para hacer referencia al volumen de producción que puede obtenerse en un período determinado en una cierta rama de actividad. La Capacidad Instalada depende del conjunto de bienes de Capital que la Industria posee, determinando por lo tanto un límite a la Oferta que existe en un momento dado. La capacidad instalada no se usa en su totalidad: hay algunos Bienes que se emplean sólo en forma limitada.

CAPACIDAD UTILIZADA.- Se entiende por capacidad ociosa, aquella capacidad instalada de producción de una empresa que no se utiliza o que se subutiliza. Toda empresa para poder operar requiere de unas instalaciones que conforman su capacidad para producir. Lo ideal que se estas instalaciones sean aprovechadas un 100%, algo que no siempre sucede ya sea por falta de planeación o por situaciones ajenas al control de la empresa.

INFRAESTRUCTURA FÍSICA.- Es el área física en donde se encuentra ubicada la planta de proceso.

PROCESO PRODUCTIVO.- Un proceso de producción es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. Cabe destacar que los factores son los bienes que se utilizan con fines productivos (las materias primas). Los productos, en cambio, están destinados a la venta al consumidor o mayorista. Las acciones productivas son las actividades que se desarrollan en el marco del proceso. Pueden ser acciones inmediatas (que generan servicios que son consumidos por el producto final.

ORGANIZACIÓN LEGAL:

LA RAZÓN SOCIAL.- Es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la Ley.

TIPO DE COMPAÑÍA.- La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidas por la ley excepción hecha de operaciones de banco, seguros, capitalización.

DOMICILIO.- Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica.

PARTICIPACIÓN SOCIAL.- Es una actividad organizada, racional y consiente, por parte de un determinado grupo social, con el objeto de expresar iniciativas, necesidades o demandas, de defender intereses y valores comunes.

ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA.- La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, además se establece los niveles jerárquicos de autoridad.

NIVELES JERÁRQUICOS DE AUTORIDAD.

Nivel Legislativo: Para nuestra empresa representa el primer nivel de mayor jerarquía, pues está conformado por la Junta General de Socios, cuya función principal será la de legislar sobre las políticas que se debe seguir en la empresa,

Nivel Ejecutivo: Comprende el segundo nivel de jerarquía, constituido por la gerencia encargada de planificar, organizar, coordinar, dirigir y controlar las actividades administrativas financieras y comerciales de la empresa,

Nivel Asesor: Lo integra el Asesor Jurídico, en la empresa cumplirá trabajos temporales, en caso de requerirse se solicitará sus servicios profesionales, su función básica será el asesoramiento para la constitución legal y asuntos judiciales de la empresa.

Nivel Auxiliar: Lo conforma la secretaria, sus actividades servirán de apoyo para el nivel ejecutivo, realizará en forma general las actividades administrativas de la empresa.

Nivel Operativo: Lo integran los responsables de ejecutar las actividades básicas operativas en la producción del te de perejil como son los obreros.

ORGANIGRAMAS.- Es un modelo abstracto y sintomático, que permite obtener una idea uniforme acerca de una organización. Desempeña un papel informativo, al permite que los integrante de la organización y de las personas vinculadas a ella conozcan, a nivel global, sus características generales. Los organigramas son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran, sus niveles jerárquicos, líneas de autoridad y de asesoría.

ORGANIGRAMAS ESTRUCTURAL.- describe el cargo que ocupan en la empresa de acuerdo al nivel jerárquico que ocupan la misma.

ORGANIGRAMAS FUNCIONALES.- Incluyen las principales funciones que tienen asignadas, además de las unidades y sus interrelaciones. Este tipo de organigrama es de gran utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general

ORGANIGRAMA POSICIONAL.- se describe la posición exacta de cada uno de las personas que laboran en la empresa como el departamento el piso, cargo, teléfono etc.

MANUAL DE FUNCIONES.- Los manuales de funciones son importantes, ya que permiten definir la estructura de la empresa, cargos que la conforman, así como funciones, responsabilidades, requisitos y relaciones jerárquicas.

Una vez realizados los análisis ocupacionales de cada uno de los cargos resulta fácil elaborar el manual de funciones para la empresa.

FLUJO GRAMA O DIAGRAMA DE PROCESOS.- consiste en representar gráficamente hechos, situaciones, movimientos o relaciones de todo tipo, por medio de símbolos. Es un diagrama que expresa gráficamente las distintas operaciones que componen un procedimiento o parte de este, estableciendo su secuencia cronológica.

ESTUDIO FINANCIERO⁸

INVERSIÓN.- El concepto inversión se define como el gasto monetario en la adquisición de capital fijo o capital circulante, o el flujo de producción encaminado a aumentar el capital fijo de la sociedad o el volumen de existencias. Aunque también la podemos definir como la actividad económica por la cual se renuncia a consumir hoy con la idea de aumentar la producción a futuro. Por otro lado, también se dice que “es gastar dinero con la esperanza de obtener utilidades”.

FINANCIAMIENTO.- Se designa con el término de Financiamiento al conjunto de recursos monetarios financieros que se destinarán a para llevar a cabo una determinada actividad o proyecto económico.

La principal particularidad es que estos recursos financieros son generalmente sumas de dinero que llegan a manos de las empresas, o bien de algunas gestiones de gobierno, gracias a un préstamo y sirven para complementar los recursos propios. En tanto, en el caso de los gobiernos, una determinada gestión puede solicitarla ante un organismo financiero internacional para poder hacer frente a un déficit presupuestario grave.

COSTOS.- Es el sacrificio, o esfuerzo económico que se debe realizar para lograr un objetivo. El costo es fundamentalmente un concepto económico, que influye en el resultado de la empresa.

⁸ROSEMBERG, J.M. 1988. DICCIONARIO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS. Centrum Barcelona España

GASTOS.-El gasto es aquella partida contable que aumenta las pérdidas o disminuye el beneficio. El gasto supone un desembolso financiero, ya sea movimiento de caja o bancario. El pago de un servicio y el arrendamiento de un local comercial son algunos de los gastos habituales que forman parte de los egresos de las empresas.

INGRESOS.- En economía el concepto ingreso puede hacer referencia a las cantidades que recibe una empresa por la venta de sus productos o servicios (ingresos empresariales, en inglés revenue) y por otra puede hacer referencia al conjunto de rentas recibidas por los ciudadanos.

EGRESOS.- Los egresos son las salidas o las partidas de descargo. El verbo egresar hace referencia a salir de alguna parte. Los egresos, de todas maneras, se encuentran muy asociado a la contabilidad. Se denomina egresos a la salida de dinero de las arcas de una empresa u organización, mientras que los ingresos permiten nombrar al dinero que entra.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.- Es el que muestra los productos, rendimientos, ingresos, rentas, utilidades, ganancias, costos, gastos y pérdidas correspondientes a un periodo determinado, con objeto de computar la utilidad neta o la pérdida líquida obtenida durante dicho periodo. Presenta la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados; proporciona la utilidad neta de la empresa.

PUNTO DE EQUILIBRIO.- El equilibrio, es el estado donde dos fuerzas encontradas se compensan y se destruyen mutuamente. El equilibrio es la armonía entre cosas diversas y la ecuanimidad.

Punto de equilibrio es un concepto de las finanzas que hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos. Esto supone que la empresa, en su punto de equilibrio, tiene un beneficio que es igual a cero (no gana dinero, pero tampoco pierde). La estimación del punto de equilibrio permitirá que una empresa, sepa qué nivel de ventas necesitará para recuperar la inversión.

Fórmulas para el punto de equilibrio

- ❖ Según la capacidad instalada

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} * 100$$

- ❖ En función de las ventas

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}}$$

FLUJO DE CAJA.- En finanzas y en economía se entiende por flujo de caja o flujo de fondos los flujos de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado. El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

VALOR ACTUAL NETO (VAN).- El valor actual neto, más conocido por las siglas de su abreviación, VAN, es una medida de los excesos o pérdidas en los flujos de caja, todo llevado al valor presente (el valor real del dinero cambia con el tiempo). Es por otro lado una de las metodologías estándar que se utilizan para la evaluación de proyectos, como veremos.

El VAN, en términos matemáticos, es equivalente a la sumatoria, con n desde 0 hasta N (el número de períodos), de $(I_n - E_n) / (1+i)^n$, con I_n representando a los ingresos, E_n los egresos, e "i" como el interés, considerado para efectos de cálculo como un valor fijo.

La clave de la fórmula y su interpretación está en la tasa de interés considerada; se emplea usualmente el costo promedio del capital, después de descontar los impuestos, pero los expertos recomiendan usar valores mayores para tener un margen apropiado para el riesgo - a mayor riesgo, mayor ajuste de "i". Otro acercamiento para comprender el VAN, consiste en

interpretar a "i" como la tasa de retorno a la inversión que se podría ganar en un mercado financiero con un riesgo similar.

VAN = Flujos Actualizados – Inversión

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).- Es una inversión, está definida como el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para "reinvertir". En términos simples en tanto, diversos autores la conceptualizan como la tasa de interés (o la tasa de descuento) con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. El VAN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto: a mayor TIR, mayor rentabilidad.

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.

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

- ⇒ Si la TIR es > que el costo de oportunidad se acepta el proyecto
- ⇒ Si la TIR es = que el costo de oportunidad la inversión criterio del emprendedor
- ⇒ Si la TIR es < que el costo de oportunidad no se acepta el proyecto.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL.- Es uno de los métodos más utilizados para realizar la evaluación económica de un proyecto, sirve para calcular el número de años necesarios para recuperar la inversión inicial.

$$\Rightarrow \quad PRC = \frac{\text{Sumatoria del año que supera la inversión} - \text{Inversión}}{\text{Flujo del último año que supera la inversión}}$$

RELACIÓN BENEFICIO COSTO.- Relaciona los costos con los ingresos para conocer cuánto se va a ganar por cada dólar invertido.

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

- ⇒ Si el coeficiente es > 1 el proyecto es rentable
- ⇒ Si el coeficiente es = 1 el proyecto es indiferente
- ⇒ Si el coeficiente es < 1 el proyecto no es rentable.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.- En el momento de tomar decisiones sobre la herramienta financiera en la que debemos invertir nuestros ahorros, es necesario conocer algunos métodos para obtener el grado de riesgo que representa esa inversión. Existe una forma de análisis de uso frecuente en la administración financiera llamada de Sensibilidad, que permite visualizar de forma inmediata las ventajas y desventajas económicas de un proyecto.

El análisis de sensibilidad de un proyecto de inversión es una de las herramientas más sencillas de aplicar y que nos puede proporcionar la información básica para tomar una decisión acorde al grado de riesgo que decidamos asumir.

Con el análisis de sensibilidad se determina cual es el nivel mínimo de ventas que puede tener la empresa para seguir siendo rentables.

- ⇒ Si el coeficiente es > 1 el proyecto es sensible
- ⇒ Si el coeficiente es = 1 no hay efectos en el proyecto
- ⇒ Si el coeficiente es < 1 el proyecto no es sensible.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES

Para realizar el presente trabajo investigativo se utilizaron los siguientes materiales.

- ❖ Calculadora.
- ❖ Computadora.
- ❖ Papel bond.
- ❖ Cuadernos.
- ❖ Lápiz.
- ❖ Esferográficos.
- ❖ Scanner.
- ❖ Impresora.

MÉTODOS.

Para realizar la propuesta investigativa se utilizó los siguientes métodos y técnicas de investigación:

Método Matemático.- Este método de acuerdo con la planificación del trabajo se lo utilizo para realizar los cálculos correspondientes al estudio y evaluación financiera.

Método Estadístico.- Este método permitió procesar la información y representarla mediante las diferentes herramientas indicadoras, como también nos sirvió para determinar el tamaño de la muestra y en base a ello recopilar la información necesaria par este proyecto.

Método Histórico.- Está vinculado al conocimiento, evolución y desarrollo del objeto o fenómeno de investigación para revelar su historia, las etapas principales de su desenvolvimiento y las conexiones históricas fundamentales. Mediante el método histórico se analizó la trayectoria concreta de la teoría, su condicionamiento a los diferentes períodos de la historia poniendo de manifiesto la lógica interna de desarrollo investigativo y conocer a profundidad su esencia para modelarla.

Método Inductivo.- Este proceso de inducción, permitió estudiar primero aquellos casos particulares, para revertirlos luego en principios aplicables a la realidad investigada, y se lo utilizó para determinar sobre el efecto y acogida que tendrá el producto en el mercado, así como si existe o no la factibilidad para implementar el proyecto.

Método Deductivo.- Este método parte de principios generales, para luego concretar hechos o fenómenos particulares, este método se empleó en el desarrollo de las diferentes categorías, conceptos y definiciones utilizadas en la elaboración del fundamento teórico para confrontar la información de la investigación de campo con la base teórica de orientación.

TÉCNICAS:

Las técnicas son mecanismos para la recopilación de datos, para llegar a la verdad de los sucesos estudiados, teniendo pruebas para comprobar una realidad determinada.

Técnica Bibliográfica.- Es aquella etapa de la investigación científica donde se explora qué se ha escrito sobre un determinado tema o problema. ¿Qué hay que consultar, y cómo hacerlo? Es decir se dirigen a la recolección de datos cuya fuente es secundaria; es decir, fuentes que describen, conservan y transmiten por algún medio físico, un evento, un hecho o un fenómeno. Entre éstas están los documentos (escritos, visuales y/o auditivos: libros, enciclopedias, diccionarios, revistas, periódicos, expedientes, videos, páginas Web.

Observación.- Esta técnica se basa en la utilización aguda de la visión de un determinado fenómeno, y así tener información clara y concisa del fenómeno en estudio. Esta técnica permitió obtener información inmediata de los problemas que afectan a la sociedad y a partir de ello poder aprovechar las oportunidades presentes en el mercado y a su vez éstas permitan satisfacer las necesidades del mismo.

Se realizó de forma directa y documental, la primera permitió ubicar al proyecto en un plano más real y específico, la segunda para viabilizar información de instituciones como el INEC, y la revisión de otros trabajos similares elaborados por organismos públicos y privados.

Encuesta y entrevista.- Es una técnica de adquisición de información de interés, mediante un cuestionario previamente elaborado, esta técnicas permite conocer la opinión del sujeto estudiado. A través de esta técnica se pudo determinar si la empresa que se pretende crear tiene acogida en el mercado para el cual está dirigido, llegando a conocer cuáles son sus necesidades, gustos y preferencias de los clientes.

Muestreo estadístico.- será la herramienta fundamental con el cual podremos calcular el número de consumidores que se debe encuestar, determinando así el tamaño de la muestra con quien se trabajara.

Primeramente, para realizar el análisis de mercado, se hizo necesaria la investigación directa en el INEC, para conocer la población de la Ciudad de Loja, luego con la información obtenida, se aplicó la fórmula de muestreo estadístico y por consiguiente la proyección de la población, a continuación se detalla.

Los datos para la población son tomados del censo realizado por el INEC en el 2010, que para la parte urbana de la Ciudad de Loja, la población urbana representada por 170.280 habitantes, dividido para tres punto ocho que son los miembros de las familias da un resultado de 44.811 familias, el cual será nuestro mercado objetivo.⁹ Luego tomando como base la tasa de crecimiento anual del 2,65%, dato otorgado por el INEC, con el mismo se proyectará la población hasta el año 2017.¹⁰

⁹http://www.eruditos.net/mediawiki/index.php?title=Poblaci%C3%B3n_de_Loja_por_grupos_de_edad

¹⁰ <http://www.inec.gob.ec>

La muestra estuvo constituida por la familias de la Ciudad de Loja que son 47.217 familias para el año 2012.

Para determinar el tamaño de la muestra a estudiar se aplicó la siguiente formula:

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN EN FAMILIAS DE LA CIUDAD DE LOJA

$$P_n = P_o (1+i)$$

En donde:

P_o: Población de la Ciudad de Loja 2010 = 170.280 habitantes/ 3,8 = 44.811 Familias

P_n: Población Proyectada

I: tasa de crecimiento de la población = 2,65%

FORMULA DE PROYECCION:

$$P_n = P_o(1 + i)_n$$

$$P_n = 44.811(1 + 0.0265)(2)$$

$$P_n = 47.217.$$

**PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN EN FAMILIAS DE LA CIUDAD DE
LOJA
CUADRO # 01**

AÑOS	TASA DE CRECIMIENTO	POBLACIÓN PROYECTADA
2010	2,65%	44811
2011	2,65%	45998
2012	2,65%	47217
2013	2,65%	48469
2014	2,65%	49753
2015		51072
2016	2,65%	52425
2017	2,65%	53814

Fuente: Datos del INEC

Elaborado: La Autora

El tamaño de la muestra estará entonces de acuerdo a las familias de la Ciudad de Loja para lo cual consideramos la siguiente formula.

FORMULA

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

n= tamaño de la muestra

Z=95% margen de confiabilidad a 1.69 según la tabla tipificada de 0 a z relación con el margen de seguridad.

N= Familias de la Ciudad de Loja 47.217.

P= 0,5 probabilidad de que el evento ocurra.

Q= 0,5 probabilidad de que el evento no ocurra.

$\Sigma = 5 \rightarrow 0,05$ Margen de error.

-

Reemplazando los valores en la fórmula:

$$n = \frac{(1,96)^2(47217)(0,5)(0,5)}{(0,05)^2(47217 - 1)(1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{3,84 \times 47217 \times 0,25}{(0,0025)(47217) + 3,84 \times 0,25}$$

$$n = \frac{45347}{113,37}$$

n = 400 Encuestados.

De esta manera se establece el número de muestra el cual corresponde a 400 familias encuestadas en la Ciudad de Loja, siendo seleccionados por medio de método de muestreo estadístico.

PROCEDIMIENTO:

Para la elaboración del presente proyecto se realizara primeramente el **estudio de mercado**, mediante la aplicación de las encuestas que se obtuvo a través de la muestra anteriormente formulada, esta será aplicada a 400 familias de la Ciudad de Loja, para determinar la oferta, demanda, canal de distribución y publicidad.

Una vez concluido el estudio de mercado, continuamos con el **estudio técnico** para determinar el tamaño, localización adecuada para que funcione sin inconveniente, de la misma manera se realizara la distribución física y el proceso productivo.

Luego se realizara el respectivo **estudio legal y administrativo** en donde se averiguara acerca de todos los trámites legales para la constitución de la

empresa, en cuanto a lo administrativo se elaborara los organigramas, manual de funciones, manual de bienvenida para que el personal conozca acerca de todos los requerimientos que la empresa exige.

Una vez realizado los estudios mencionados anteriormente, continuamos con el **estudio financiero** para lo cual es de suma importancia averiguar datos como: La inflación, el incremento salarial, lo que da paso a la elaboración de presupuestos determinando ventas, inversión, gastos, lo que permite la realización de la evaluación financiera lo que permitirá conocer el monto de inversión que se va ser necesario para la ejecución del presente proyecto.

Para finalizar se harán las respectivas **conclusiones y recomendaciones** a las que se llegara durante el transcurso de la elaboración del presente proyecto de inversión.

f. RESULTADOS

TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS.

¿En su familia acostumbra a consumir café?

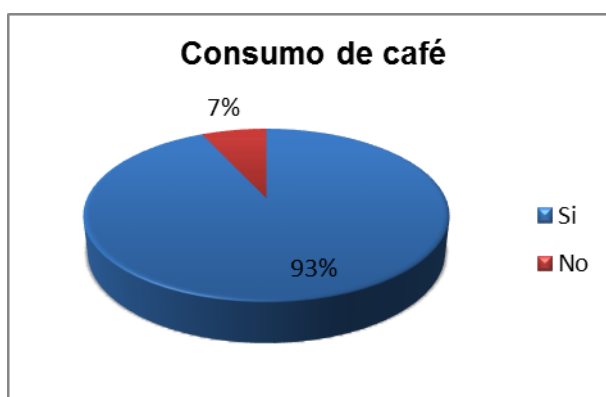
Cuadro No. 02

Consumo de Café			
Variable	Frecuencia	Porcentaje	Inferencia
Si	372	93	43912
No	28	7	3305
TOTAL	400	100	47217

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Grafico No. 01



ANÁLISIS: De acuerdo a los resultados obtenidos, mediante las encuestas aplicadas a las familias de la Ciudad de Loja, se puede decir que el 93% que corresponde al mayor porcentaje, consumen café en su hogar; mientras que el 7%, no lo consumen.

De esta información recabada, se determina la primera segmentación que nos demuestra que el 93% de las familias encuestadas consumen café, representada por la muestra obtenida que corresponde a 372 familias de la Ciudad de Loja.

1. ¿Qué tipo de café es de preferencia en su hogar?

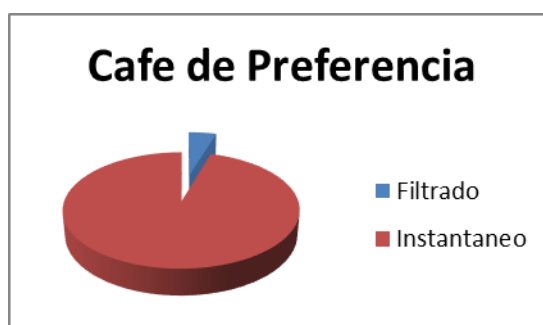
Cuadro No. 02

Café de preferencia			
Variable	Frecuencia	Porcentaje	Inferencia
Filtrado	308	82,80%	36355
Instantáneo	64	17,20%	7557
TOTAL	372	100,00%	43912

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Grafico No. 02



ANÁLISIS: A través de los resultados obtenidos, se demuestra que el tipo de café que más se consume en la Ciudad de Loja, es el café filtrado con un 82,79%, dejando un 17,21% para el café instantáneo.

Con esta información se obtuvo la segunda segmentación que corresponde a 308 familias que aducen que el café de su preferencia es el filtrado.

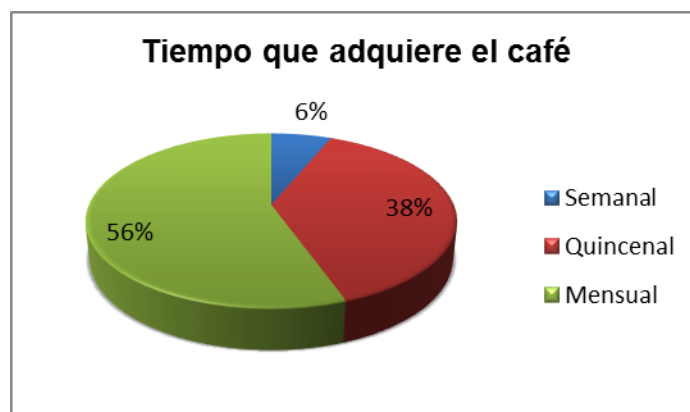
3. ¿Cada que tiempo adquiere el café?

Cuadro No. 03

Tiempo que adquiere café			
Variable	Frecuencia	Porcentaje	Total Anual
Semanal	18	6%	6745
Quincenal	117	38%	3043
Mensual	172	56%	2070
TOTAL	308	100%	11858

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Grafico No. 03



ANÁLISIS: De las encuestas aplicadas se determinó que el 56% de las familias realizan la adquisición del café mensualmente, luego tenemos el 38% que realiza la compra cada quince días, mientras que el 6% restante realiza la adquisición del café semanalmente.

4¿Cuál es el precio que paga por la compra del café?

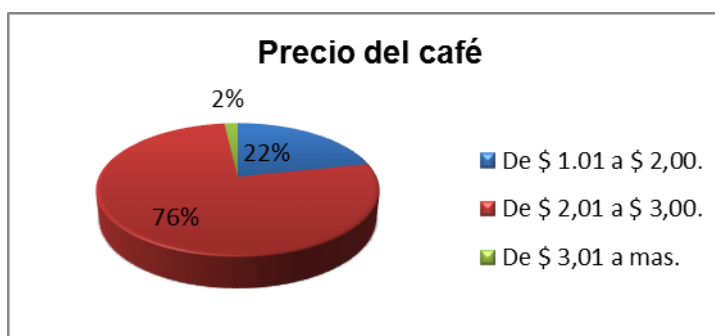
Cuadro No. 04

Precio por café		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
De \$ 1.01 a 2,00	68	22%
De \$ 2.01 a 3,00	234	76%
De \$3.01 a mas	6	2%
TOTAL	308	100

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Grafico No. 04



ANÁLISIS: De acuerdo a los datos obtenidos, mediante las encuestas aplicadas a las familias de la Ciudad de Loja, podemos definir que el precio al que adquieren los diferentes tipos de café, se encuentran alrededor de: \$ 2,01 a \$ 3,00 representado por el 72%, de \$ 1,01 a \$ 2,00 con un 22%, y finalmente de \$ 3,01 en adelante representado por el 5% restante.

5. ¿En qué presentación le ofrecen el café que adquiere?

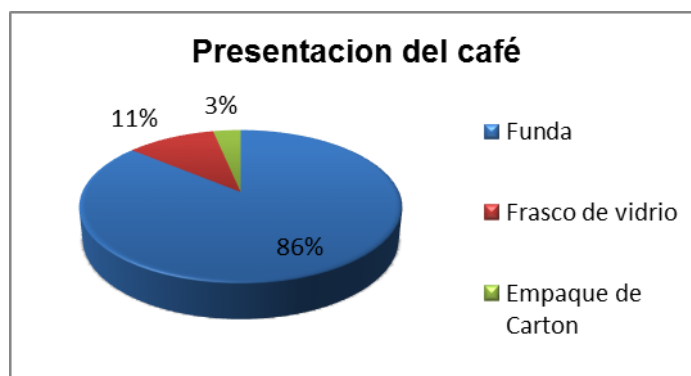
Cuadro No. 05

Presentación del café		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Funda	265	86%
Frasco de vidrio	34	11%
Empaque de cartón	9	3%
TOTAL	308	100

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Grafico No. 05



ANÁLISIS: A través de la información recopilada se determinó que la presentación más frecuente del café que compran las familias Lojanas es en funda ya sea plástica o de papel el cual corresponde al mayor porcentaje del 86%, seguido de frasco de vidrio con un 11%, dejando un 3% en presentaciones de empaques de cartón.

6. ¿Ha recibido algún tipo de promoción al momento de comprar el café?

Cuadro No. 06

Promoción que ha recibido		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	15	5%
NO	293	95%
TOTAL	308	100

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Grafico No. 06



ANÁLISIS: De acuerdo a la información obtenida, se puede mencionar que el 95% de las familias al momento de realizar la compra del café, no ha recibido ningún tipo de promoción, mientras que el 5% restante manifiestan si haber recibido promoción por compra café.

7.- ¿Por qué medios de publicidad se entera de la existencia del producto?

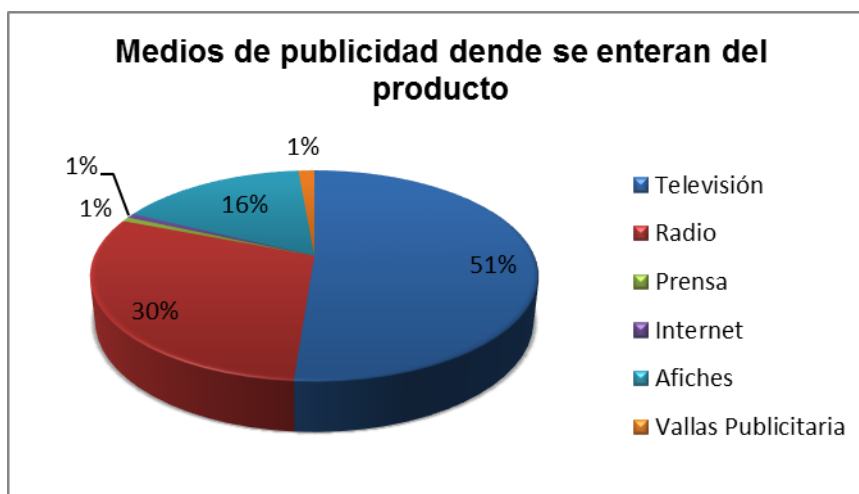
Cuadro No. 07

Medios de publicidad donde entera del producto		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	168	51%
Radio	97	30%
Internet	2	1%
Afiches	2	1%
Vallas Publicitarias	53	16%
Empaque de cartón	5	1%
TOTAL	327	100

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Gráfico No. 07



ANÁLISIS: Mediante las encuestas realizadas a las familias de la Ciudad de Loja se demuestra los medios publicitarios que más acogida tienen para la información de los productos que se comercializan en la Ciudad de Loja, el 51% se informan a través de la televisión, el 30% se informa por medio de la radio, dando paso a un 16% que tienen conocimiento del producto por medio de afiches publicitarios, dejando un 3% a medios publicitarios como prensa, internet y vallas publicitarias.

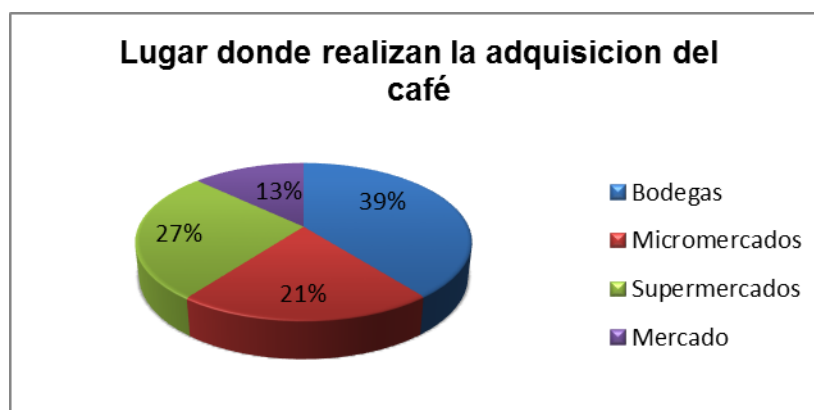
8.- ¿En qué lugar usted realiza la adquisición del café?

Cuadro No. 08

Lugar donde se realiza la adquisición del café		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Bodegas	122	39%
Micro mercados	66	21%
Supermercado	85	27%
Mercado	41	13%
TOTAL	314	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Grafico No. 08



ANÁLISIS: De las encuestas realizadas a las familias de la Ciudad de Loja, se obtuvo la siguiente información, el 39% de las familias adquieren el café en las diferentes bodegas de la ciudad, el 27% en supermercados, seguido del 21% en micro mercados mientras que el 13% realiza la adquisición de este producto en los diferentes mercados de la Ciudad.

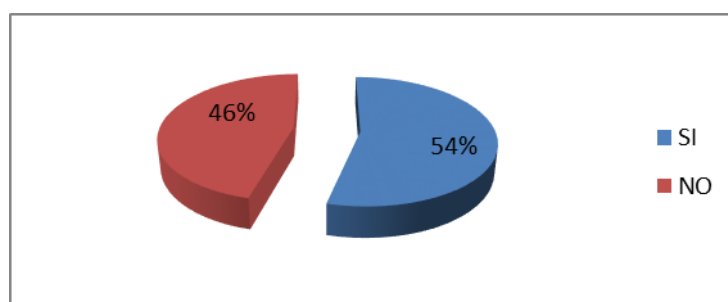
9.- Si se implementara una empresa productora y comercializadora de cubos de café gourmet instantáneos endulzados con panela orgánica en la Ciudad de Loja con características de calidad, higiene y precios competitivos ¿Estaría usted dispuesto a adquirir el producto?

Cuadro No. 09

Acogida del producto			
Variable	Frecuencia	Porcentaje	Inferencia
SI	166	54,03%	19643
NO	142	45,97%	14171
TOTAL	308	100	33814

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Grafico No. 09



ANÁLISIS: De los datos obtenidos se determina que el 54% que corresponde al mayor porcentaje, desearían consumir los cubos de café, siempre que cumplan con las normas de higiene y calidad, la misma que nos da oportunidad de asegurar las condiciones requeridas para presentar el producto que cuente con una certificación pertinente necesario para garantizar y satisfacer a los consumidores, dejando a un 46% que manifiestan que no lo consumirían ya que no es de su preferencia.

De esta información recabada se determina la tercera segmentación que corresponde 166 familias que si consumirían los cubos de café gourmet instantáneos endulzados con panela orgánica.

10. ¿En qué presentación le gustaría adquirir el producto que la empresa le ofrece?

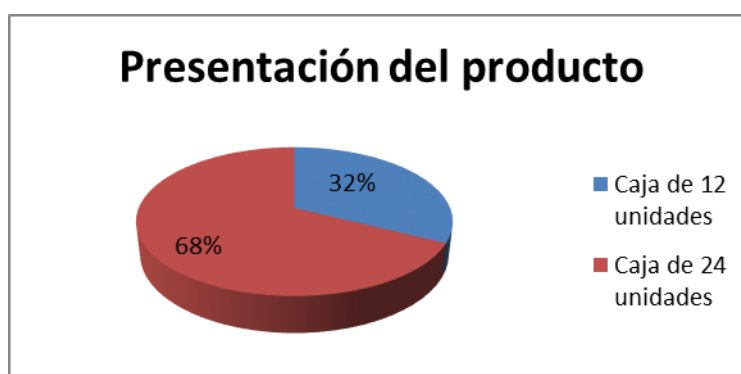
Cuadro No. 10

En qué presentación le gustaría el producto		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Cajas de 12 unidades	53	32%
Cajas de 24 unidades	113	68%
TOTAL	166	100

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora.

Grafico No. 10



ANÁLISIS: De acuerdo a la información obtenida, mediante las encuestas aplicadas a las familias de la Ciudad de Loja se determinó que: el 68% prefieren que la presentación del producto sea en cajas de 24 unidades, seguido del 32% que se inclina en comprarlo en cajas de 12 unidades.

11. ¿Cuántas cajas de cubos de café consumiría al mes?

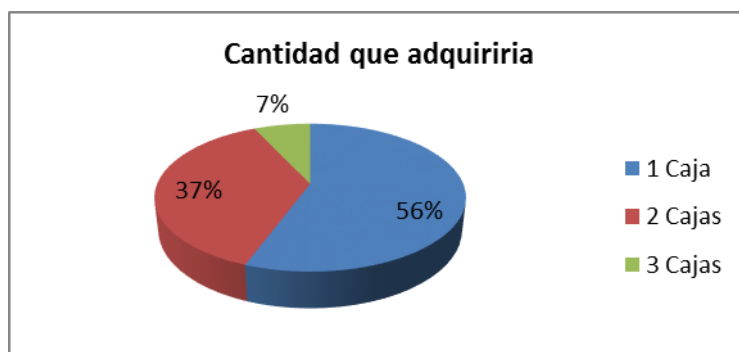
Cuadro No. 11

Variable	Frecuencia	Porcentaje	Inferencia
1 Caja	93	56%	1116
2 cajas	61	37%	1474
3Cajas	12	7%	418
TOTAL	166	100	3008

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Grafico No. 11



ANÁLISIS: De los datos obtenidos se determinó que el 56% de las familias encuestadas están dispuestos a adquirir 1 caja mensualmente, seguido del 37% que adquirirían 2 cajas al mes, a continuación el 7% comprarían 3 cajas al mes.

12. ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por el producto (Considerando una caja de 24 unidades)?

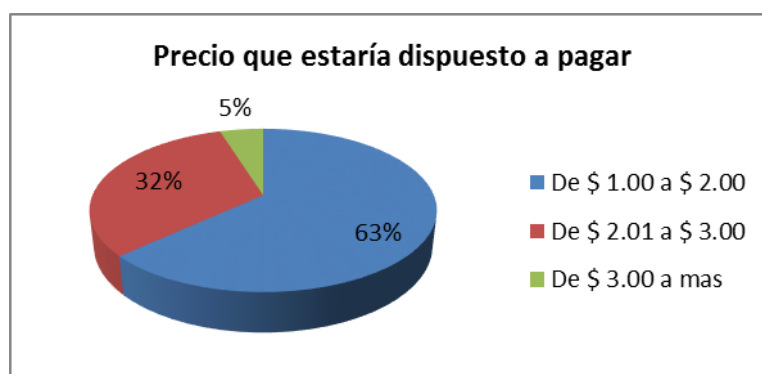
Cuadro No. 12

Precio que estaría dispuesta a pagar		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
De \$ 1.00 a 2,00	105	63%
De \$ 2.01 a 3,00	53	32%
De \$3.00 a mas	8	5%
TOTAL	166	100

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Grafico No. 12



ANÁLISIS: De las encuestas realizadas a las familias de la Ciudad de Loja se obtuvo lo siguiente: el 63% está dispuesto a pagar de \$1.00 a \$2.00 por caja, el 32% pagaría de \$ 2,01 a \$ 3,00, mientras que el 5% estaría en capacidad de pagar de \$3,01 en adelante por caja.

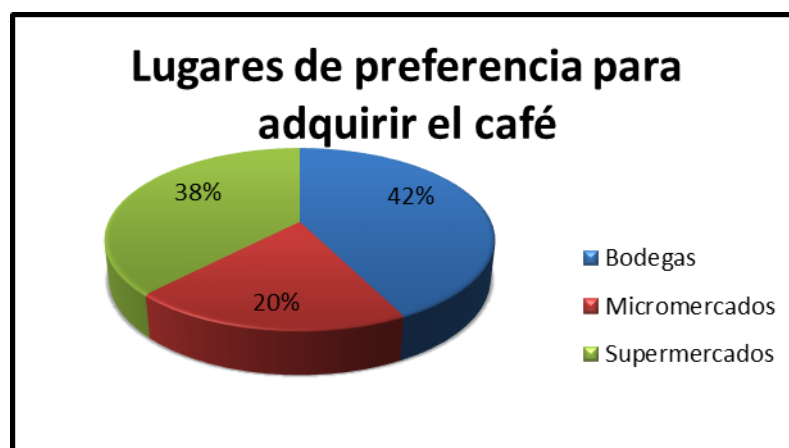
13.- ¿Qué lugares serian de su preferencia para adquirir los cubos de café endulzados con panela orgánica?

Cuadro No. 13

Lugares de preferencia para adquirir café		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Bodegas	70	42%
Micro mercados	33	20%
Supermercado	63	38%
TOTAL	166	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora.

Grafico No. 13



ANÁLISIS: A través de los datos obtenidos mediante la aplicación de las encuestas a las familias de la Ciudad de Loja se determinó que el 42% prefiere adquirir el producto en bodegas, dando lugar a un 38% en supermercados, y finalmente el 20% en los diferentes micro mercados de la ciudad.

14.- ¿Qué tipo de promociones le gustaría que le ofrezca la futura empresa?

Cuadro No. 14

Tipo de promociones		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Dos por uno	55	33%
descuento comprar al por mayor	17	10%
Producto adicional con el café	95	57%
TOTAL	166	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Grafico No. 14



ANÁLISIS: De las familias encuestadas en la Ciudad de Loja, se obtuvo lo siguiente: con un 33% las familias prefieren la promoción dos por uno por la compra de los cubos de café, seguido de un 57% que prefieren un producto adicional, mientras que un 10% optan por un descuento si su compra es al por mayor.

15.- ¿En qué horarios escucharía la publicidad?

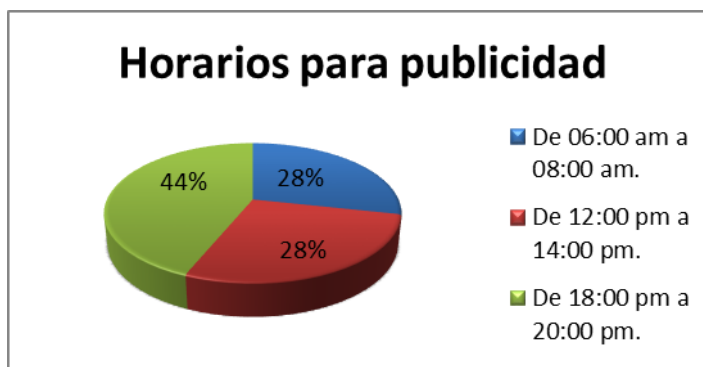
Cuadro No. 15

Horario de publicidad		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
De 06H00 a 08H00	46	28%
De 12H00 a 14H00	46	28%
De 18H00 a 20H00	73	44%
TOTAL	166	100

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora.

Grafico No. 15



ANÁLISIS: De los datos obtenidos mediante las encuestas aplicadas a las familias de la Ciudad de Loja se determinó que: un 44% representando el porcentaje más alto les resultaría mejor escuchar la publicidad que se le haga al producto en el horario de 18:00 pm a 20:00 pm, un 28% se inclina por el horario de 06:00 am a 08:00 am, de igual manera otro 28% prefiere el horario de 12:00 pm a 14:00 pm para conocer más acerca del producto.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO.

Es el diagnóstico de los principales factores que inciden sobre el producto en el mercado esto es: precio, calidad, canales de comercialización, publicidad, plaza, promoción, etc.; todo esto permitirá conocer el posicionamiento del producto en su fase de introducción en el mercado.

Además este estudio significa la clave del proyecto o servicios que serán demandados por la comunidad. Por tal motivo se necesita comparar la existencia de un cierto número de agentes económicos que en ciertas condiciones de precios e ingresos ocasionen una demanda que justifique la puesta en marcha del proyecto.

ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS.

La información recogida para la muestra en la Ciudad de Loja, se la determino de acuerdo al Censo de Población y Vivienda realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC); con la finalidad de determinar el número de encuestas.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

La Demanda está constituida por la cantidad de bienes o servicios que el mercado puede adquirir; los factores que influyen en su comportamiento son de diferente índole, entre ellos tenemos: los precios, gustos y preferencias del consumidor, la disponibilidad de ingresos económicos, los atributos que caracterizan a un producto que puede proporcionar.

El propósito que persigue el análisis de la demanda, es el de terminar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto al producto que van a demandar, así nos determina la

posibilidad de participación del producto del proyecto, en la satisfacción de dicha demanda.

Para determinar la demanda fue importante utilizar herramientas de investigación de mercado.

DEMANDA MUESTRAL

Para determinar la demanda muestral , tomamos los datos recabados del Censo Poblacional del año 2010 de la Ciudad de Loja, en el cual se indica que 170.280 habitantes de la ciudad de Loja, los mismos que se ha dividido para 3,8 personas que es el promedio de miembros de la familia, dando un resultado de 44.811 familias, el cual se ha proyectado al año 2012, con un incremento del 2,65%, obteniendo una población de 47.217 familias de la Ciudad de Loja.

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

La estimación del comportamiento futuro de algunas de las variables del mercado, se puede realizar utilizando diversas técnicas de proyección o pronóstico, lo que obliga a tomar en consideración un conjunto de elementos de cada método para poder seleccionar y aplicar correctamente aquel que sea más adecuado para el presente proyecto.

La proyección de la demanda se refiere a estimar la demanda futura que puede tener un producto o servicio, en lo que se refiere a la cantidad y al precio por un bien que se va a producir.

La finalidad del análisis de la demanda en nuestro proyecto, es la de determinar las variables tanto internas como externas, que afecten el mercado de café, de la misma manera permitirá conocer los gustos y preferencias de los consumidores, también dará la posibilidad de proyectar la demanda próximos años.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA POTENCIAL EN FAMILIAS

La demanda potencial está establecida por la cantidad de bienes o servicios que podrían ser consumidos de un determinado producto que se oferte en un mercado. Para establecer la demanda potencial del consumo de café en las familias de la Ciudad de Loja se considera la pregunta Nro. 1 de las encuestas aplicadas, sobre si consumen o no café en su hogar, donde se muestra que el 93% acostumbran a consumir café en sus hogares, este resultado se multiplica para el número de familias que es de 47.217, obteniendo una demanda potencial de 43.912 familias que pueden ser los futuros compradores del producto, y el 7% de los encuestados no consumen café dando un resultado de 3.305 de las personas que no nos interesan para la aplicación del proyecto.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA REAL EN FAMILIAS

Es el volumen total que adquiriría un grupo de clientes, para determinar la demanda real se procede a la segunda segmentación basado en la pregunta Nro. 2 de la encuesta referente al tipo de café que es de preferencia para el consumo en los hogares de las familias de la Ciudad de Loja, de las cuales 308 familias respondieron que tienen preferencia por el café filtrado el cual se va a utilizar en la elaboración del producto que se pretende implementar en el mercado, correspondiente a un 82,80 %, este resultado se lo multiplica por la demanda potencial que es 43.912 familias, dando un resultado de 36.359 que es la demanda real del producto, quedando un 17,20% correspondiente a 7.557 que no son de utilidad en el presente proyecto.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA EFECTIVA EN FAMILIAS.

Es la cantidad de bienes y servicios que en la práctica son requeridos por el mercado. Para determinar la demanda efectiva nos basados en la pregunta Nro. 11 De las encuestas aplicadas referente a la implementación de una

empresa productora y comercializadora de cubos instantáneo de café para lo cual tomaremos solo el porcentaje de los que respondieron que si estarían dispuestos a consumir el producto, de acuerdo a los datos obtenidos tenemos que un porcentaje correspondiente a un 54,02 %, esto multiplicado para demanda real que es de 36.359 familias, da un resultado de 19.645 familias que efectivamente van a adquirir los cubos de café instantáneo.

De acuerdo a los datos de la tabulación de las encuestas, tenemos que nuestra demanda efectiva a utilizar es de 19.645 (familias), de una demanda real de 36.359 (familias), a su vez de una demanda potencial de 43.912 (familias), de una población total de 47.217 lo que nos indica que existe una gran aceptación del producto por parte de las familias de la Ciudad de Loja.

PPOYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL, REAL, EFECTIVA EN FAMILIAS

Cuadro No. 20

Años de vida útil	Años	Población de la Ciudad de Loja 2,65%	Familias de la provincia de Loja	Demanda potencial 93%	Demanda real 82,80%	Demanda efectiva 54,03%
	2010	170280				
	2011	174811				
0	2012	179444	47217	43912	36359	19645
1	2013	184197	48469	45076	37326	20166
2	2014	189080	49753	46270	38315	20700
3	2015	194089	51072	47497	39331	21249
4	2016	199234	52425	48755	40373	21812
5	2017	204512	53814	50047	41443	22389

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora.

CONSUMO ANUAL PERCÁPITA

Cuadro No. 21

CONSUMO PERCAPITA				
Variable	Frecuencia	Mensuales	Total de cajas anuales	Total de unidades Anuales
1 Caja	93	93	1116	26772,48
2 cajas	61	122	1474	35377,92
3Cajas	12	36	432	10039,68
TOTAL	166	251	3022	72528.00

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora.

Para obtener el consumo per cápita se basa en la pregunta Nro. 13 acerca de cuantas cajas de cubos de café consumiría al mes las familias de la Ciudad de Loja.

Se preguntó sobre el consumo de cajas de cubos de café mensual, luego los datos obtenidos se los multiplica para las 12 meses que tiene un año obteniendo así el consumo anual per cápita de 3022 cajas de cubos de café al año, y esto multiplicado por 24 unidades que contiene la caja da un resultado de 72.528 unidades de cubos de café y esto dividido para 166 familias que es igual a 18 cajas lo que consume una familia al año y multiplicado para 24 unidades que contiene la caja da un resultado de 435 unidades de cubos de café que consume una familia al año.

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL, REAL, EFECTIVA EN UNIDADES

Cuadro No. 22

Proyección de la demanda potencial en unidades				
Años	Demanda potencial 93%	Promedio de consumo anual	Demanda Potencial en unidades	Demanda potencial en cajas
2012	43912	435	19101720	795905
2013	45076	435	19608060	817002,5
2014	46270	435	20127450	838643,75
2015	47497	435	20661195	860883,13
2016	48755	435	21208425	883684,38
2017	50047	435	21770445	907101,88

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora.

La demanda potencial en unidades se determina tomando los datos proyectados de la demanda potencial multiplicado por las 435 unidades que es el promedio de consumo anual de las familias, este resultado se lo divide para 24 unidades que contiene la caja de cubos de café instantáneo.

Cuadro No. 23

Proyección de la demanda real en unidades				
Años	Demanda real 82,80%	Promedio de consumo anual	Demanda real en unidades	Demanda real en cajas
2012	36359	435	15816156	659006
2013	37323	435	16235535	676481
2014	38312	435	16665633	694401
2015	39327	435	17107455	712811
2016	40369	435	17560666	731694
2017	41439	435	18025936	751081

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora.

La demanda real en unidades se determina tomando los datos de la demanda potencial en familias multiplicado por las 435 unidades que es el promedio de consumo anual de las familias de la Ciudad de Loja, este resultado se lo divide para 24 unidades que contiene la caja de cubos de café instantáneo.

Cuadro No. 24

Proyección de la demanda efectiva en unidades				
Años	Demanda efectiva 54,03%	Promedio de consumo anual	Demanda efectiva en unidades	Demanda efectiva en cajas
2012	19645	435	8545469	356061
2013	20166	435	8772060	365502
2014	20700	435	9004442	375185
2015	21249	435	9243158	385132
2016	21812	435	9488028	395334
2017	22389	435	9739413	405809

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: La Autora.

La demanda efectiva en unidades se determina tomando en consideración los datos arrojados de la demanda efectiva multiplicada para las 435 unidades que es el promedio de consumo anual de las familias, y este resultado se lo divide para 24 unidades que contiene la caja de cubos de café instantáneo.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Se entiende por oferta la cantidad de productos que un cierto número de ofertantes ponen a disposición en el mercado a un precio determinado.

Es por eso que al analizar el mercado se encontró la oportunidad para producir y comercializar cubos instantáneos de café adulzados con panela orgánica, siendo la oferta de cero.

PRODUCTO PRINCIPAL:

Cubos instantáneos de café

Es una bebida exquisita cuya presentación es en cubos empacados individualmente para porciones personalizadas esta se obtiene de la utilización de dos de las materias primas más importantes del sector agrícola de nuestro país; una de ellas, la panela y la otra, el café reconocido a nivel mundial por su suavidad, sabor, y aroma.

PRODUCTOS SUSTITUTOS:

Con el fin de determinar la oferta de los productos sustitutos, y con datos obtenidos de la Cámara de Comercio de Loja, la cual indica que existen alrededor de 80 centros de abastos que comercializan café molido, de este dato se sacó el 25% obteniendo un resultado de 20 casa comerciales a las cuales se aplicó una entrevista, misma que permitió determinar la cantidad (libras) de venta anual del café.

Cuadro No. 25

Venta mensual de café en libras.	Centros de abastos que comercializan de café	Libras mensuales	Numero de meses	Venta anual
450	20	9000	12	108000

Fuente: Entrevistas.

Elaborado por: La Autora.

El promedio de venta diario de cada uno de los centros de abastos de café es de 15 libras, esto multiplicado por los 30 días del mes da un resultado de 450 libras, por las 20 casas comerciales entrevistadas obtenemos 9000 libras de café mensualmente, este resultado lo multiplicamos para los doce meses que tiene el año obteniendo así un resultado de 108000 libras de café anuales.

En el mercado existen una gran variedad de café, con diferentes maneras de consumo ya sea filtrado o instantáneo, En la investigación realizada en la ciudad de Loja, se constató que existen algunas empresas locales y nacionales, que producen y comercializan café entre ellas esta: ALMA LOJANA, CAFÉ MALACATOS, CAFÉCOM, ELCAFE, entre otras.

Cabe recalcar que dichas empresas ofrecen café tostado y molido siendo estos productos sustitutos, frente a los cubos de café gourmet instantáneos que se propone en el proyecto, ya que se le está dando un valor agregado al producto, como la panela orgánica la cual posee propiedades nutricionales energéticas para las personas.

DEMANDA INSATISFECHA.

Para analizar la situación actual de la oferta del producto es necesario indicar que en la Ciudad de Loja no se comercializan productos similares a los cubos de café gourmet instantáneo, combinados con la panela, es decir no existe la oferta del producto. De igual manera al establecer la demanda insatisfecha se considera que ésta siendo atendida por los productos sustitutos.

PLAN DE MARKETING.

Previo a establecer el plan de mercadeo es importante que la empresa realice un plan estratégico que pueda estudiar el porvenir que tienen los mercados para determinar que productos, bienes o servicios deberían promoverse en forma agresiva cuales conservarse y cuales abandonarse, también establecer prioridades en la dirección de desarrollo de nuevos productos, es decir que el negocio pueda evaluar la situación actual para poder proyectar la situación deseada en el futuro.

El desarrollo de un plan de marketing consiste en realizar un análisis sobre los diferentes factores tanto internos como externos que intervienen en la puesta en marcha de un proyecto, para la creación de una nueva empresa.

El plan tiene en sí mismo una doble finalidad. En primer lugar es un instrumento de análisis para los propios promotores del proyecto. En segundo lugar, es una excelente carta de presentación el cual permite establecer contactos con terceros, tanto para la búsqueda de nuevos socios, de soporte financiero como para establecer contactos con potenciales proveedores y clientes.

MISIÓN.

Elaborar y comercializar cubos de café gourmet instantáneos, con un continuo desarrollo de bebidas instantáneas, con nuevos conceptos, tecnología y altos estándares de calidad que interpretan y plasman las expectativas del mercado local y nacional.

VISIÓN.

Posicionar a “Proena (Cubi Café)” como la mejor alternativa de bebidas instantáneas de café en el sector gourmet a nivel local y nacional, con alta calidad y un mejoramiento continuo en los procesos de innovación, tendencias tecnológicas que satisfagan las necesidades del consumidor.

OBJETIVOS.

La empresa productora y comercializadora de cubos de café instantáneos se plantea los siguientes objetivos:

- ❖ Elaborar productos innovadores, exclusivos elaborados con materias primas locales de altísima calidad para ser comercializados a nivel local y nacional.
- ❖ Ofrecer una gran variedad de bebidas de fácil preparación.
- ❖ Satisfacer las necesidades del consumidor con productos totalmente orgánicos.
- ❖ Alcanzar posicionamiento, reconocimiento y liderazgo en el mercado local y nacional con vistas a incursionar en el mercado internacional.

ESTRATEGIAS DE MERCADO

La Estrategia del mercado se la obtiene de las encuestas aplicadas a la ciudadanía. Para que el producto sea aceptado con agrado se tiene que tomar en consideración la mezcla de mercado conformada por las cuatro P (Producto, Plaza, Promoción, Precio.) como lo señalamos a continuación:

PRODUCTO

Es un conjunto de características unidas en forma fácilmente identificable, que el comprador acepta como algo que le sirve para satisfacer sus deseos o necesidades.

Se lo elaborará con materia prima minuciosamente seleccionada, personal calificado originando de esta manera un producto de óptima calidad satisfaciendo las necesidades del mercado. Igualmente para que tenga la aceptación en el mercado será necesario que en el empaque se haga constar todas las características necesarias como: logotipo, marca, nombre del producto, precio, ingredientes, registro sanitario, fecha de elaboración y de expedición, entre otros.

Descripción del producto.- En lo que se refiere a los cubos de café instantáneos, se elabora en base a grano molido de café, endulzante natural y orgánico como la panela, ya que es considerada como el azúcar más puro debido a que se obtiene de la evaporación de los jugos de caña, brindando un gran aporte de proteínas y energía, dando distinción al producto, no contienen aditivos químicos, colorantes, ni sabores artificiales.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Cuadro No. 26

Gusto:	Dulce	Empaquetado:	Caja
Unidades:	24	Periodo de Validez:	8 meses
Número de Modelo:	1	Tipo de bebida:	Café
Proceso del tipo:	Tinturado	Origen del café:	Loja

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: La Autora.

Marca.- Es un nombre, un término, un símbolo y/o diseño especial con el que se identifique el producto o servicio de un vendedor o grupo de vendedores. Para identificar mi producto utilizare la siguiente marca.

Gráfico No. 19



Presentación: Son todas las actividades de diseñar el envase, envoltura o empaque para el producto terminado, con el propósito de protegerlo e identificarlo. En el caso de los cubos de café será presentado en un empaque de cartón de forma rectangular, con su respectiva etiqueta e información, con un contenido de 24 unidades.

Cubi café en cubos viene empacado en papel trilaminado impermeable y hermético, que garantiza la conservación del sabor, el aroma y consistencia del producto. Un producto y empaque destinados a satisfacer las expectativas del cliente y asegurar la compra del café en cubos.

Gráfico No. 20



Eslogan: “La esencia del café puesta en un cubito.”

PRECIO

El precio del producto proporciona al fabricante su necesaria ganancia y refleja la satisfacción y utilidad del comprador por la compra realizada.

Además los precios que un empresario asigna a sus bienes o servicios contribuyen a formar la imagen de la empresa. De acuerdo al estudio realizado se determinó que el precio de venta al público de la caja de 24 unidades es de \$ 3,84.

Con respecto a esto se considera la reducción de costos en medida de las posibilidades que se presenten en el análisis financiero que se le haga al proyecto, originando de esta manera un precio accesible para las familias de la Ciudad de Loja y semejante al mercado.

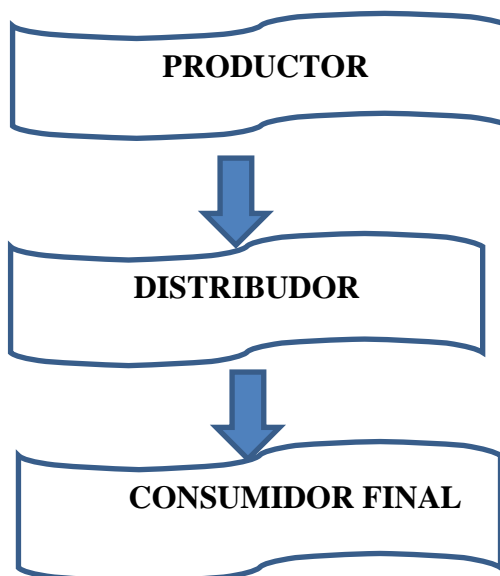
PLAZA

Hacer que el producto llegue a un mercado meta, por lo tanto, la empresa de bebidas instantáneas “CUBI CAFÈ” cubrirán el mercado de la Ciudad de Loja, principalmente bodegas, micro mercados, supermercados, ya que de acuerdo a la información proporcionada por las encuestas son los lugares que la mayoría de las familias frecuentan para realizar sus compras.

Canal de Distribución.- El canal de distribución presenta un sistema interactivo que implica a todos los componentes del mismo: Productor, distribuidor y consumidor final. Según sean las etapas de propiedad que recorre hasta llegar al cliente. Como empresa productora y comercializadora de cubos de café instantáneos me veo en la necesidad de elegir el canal más adecuado para comercializar el producto como: PRODUCTOR–DISTRIBUIDOR-CONSUMIDOR.

El mercado hacia el cual va dirigido el presente proyecto corresponde al siguiente gráfico.

Gráfico No. 21



PROMOCIÓN

Una de las estrategias para llegar a los consumidores, es mediante el establecimiento de políticas adecuadas de promoción con el objetivo de hacer conocer el producto con la finalidad de persuadir a futuros clientes. Lo importante en este aspecto es posicionar el producto en el mercado, a través de estímulos a los distribuidores y a los consumidores como:

- Dos por uno, por tiempo limitado.
- Descuento por compra al mayor del 20%.
- Producto adicional por la compra de la caja de cubos de café, (taza) por tiempo limitado.
- Las diferentes promociones también se las aplicara a los comerciantes mayoristas dando unidades de cajas gratis por los diferentes pedidos realizados con valores significativos de entrega

PUBLICIDAD

Es el recurso más utilizado por las empresas para comercializar sus productos, ya que sus mensajes llegan al consumidor final de forma rápida y generalizada, a través de cuñas radiales y televisivas, dando a conocer de esa forma la marca de los cubos de café que estamos ofreciendo a la Ciudadanía.

La empresa brindara información necesaria con relación a todo lo concerniente al producto, creando un mecanismo de transmisión de información con nuestros clientes incentivándolo a desear y adquirir el producto y permitir que el cliente este plenamente satisfecho con la compra realizada.

El objetivo al momento de realizar los anuncios es que el contenido tenga un mensaje que permita a la empresa captar la atención de los posibles consumidores y además impulsarlos a que adquieran nuestro producto.

PLAN DE PUBLICIDAD PARA “CUBI CAFÉ” EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

Se realizara una campaña constante de lanzamiento del producto al mercado, utilizando los medios de comunicación de mayor difusión en la Ciudad de Loja, tanto en la televisión como en la radio, y afiches publicitarios ya que de acuerdo a las encuestas aplicadas a las familias de la Ciudad de Loja estos son los medios de comunicación de su mayor preferencia.

Cuadro Nº 27

MEDIOS DE COMUNICACIÓN		SPOT PUBLICITARIO
TELEVISIÓN	ECOTEL TV	“Cubi Café” La esencia del café puesta en un cubito.
RADIO	SOCIEDAD	Empresa “Proena” Ofrece a la ciudadanía cubitos de café, elaborados en base a panela 100% orgánica.
	BOQUERON	Empresa “Proena” Ofrece a la ciudadanía cubitos de café, elaborados en base a panela 100% orgánica.
AFICHES PUBLICITARIOS		

Fuente: Cuadro # 9, 17

Elaborado por: La Autora.

Los horarios en los que se pasara la publicidad son: de 06:00 am a 08:00 am, de 12:00 pm a 14:00 pm, de 18:00 pm a 20:00 pm el horario. Ya que estos horarios son de preferencia por la ciudadanía de acuerdo a las pregunta 13 de las encuestas aplicadas.

ESTUDIO TÉCNICO

Este estudio tiene como objetivo determinar los requerimientos de recursos básicos disponibles para el proceso de producción, considera los datos proporcionados por el estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacio físico, y talento humano.

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN.

TAMAÑO.

Hace relación con la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento, que se da en función de la infraestructura a instalarse, donde se incluyen maquinarias, equipos y herramientas, capacidad financiera, materia prima, tecnología apropiada y costos estimados.

CAPACIDAD INSTALADA.

Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado.

DETERMINACION DE LA CAPACIDAD INSTALADA.

Para establecer la capacidad instalada en la empresa "CUBI CAFE" se determinó en base a la maquinaria por lo que se la describe a continuación:

CUADRO Nro. 28
CAPACIDAD INSTALADA.

CAÑA Molino	Extracción	Pailada	gramos	Cubo/15 gr	mes	Año unidades	Caja año
360 Kg	216 kg	238 lb	108290	7219	144380	1732560	72190

CAFE	Tintura en gr utilizada diariamente /tomando el grado de desperdicio 40%	Mes	Gramos al año de tintura
21 lbs	3,805.20	76,104.00	913,248.00

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: La Autora.

Un molino de caña de azúcar muele 360 kg por hora, de esta extracción se obtiene 216 kg (litros) de jugo de caña de azúcar el cual equivale a dos pailadas de 108 kg cada una que transformado en libras 238 lb, y sometido al proceso de evaporación quedan 119 lb de producto terminado en cada paila, esto multiplicado por dos pailadas equivale a 238 libras, esto transformada en gramos da un resultado de 108290 gr, esto dividido para 15 gr que contiene cada cubo de café se obtiene 7219 cubos, esto multiplicado por cinco días laborables se obtiene 36095 y por cuatro semanas que tiene el mes da un resultado de 144380 por los 12 meses que tiene el año 1732560 unidades anuales, dividido para 24 unidades que contiene la caja da un resultado de 72190 cajas de cubos de café al año.

En lo que se refiere al café se utiliza 21 libras diarias estas transformadas en gramos obtenemos 9513 gr de café y al momento de someterlo al proceso de tinturado obtenemos un desperdicio del 40% dando un resultado de 3,805.20 de tintura esto multiplicado por los veinte días q se labora obtenemos 76,104.00 gramos de tintura mensuales, y por los 12 meses del año obtenemos 913,248.00 de tintura anual.

DETERMINACION DE LA CAPACIDAD UTILIZADA

La Capacidad Utilizada es un porcentaje de la capacidad instalada y nos indica cual va ser la producción anual.

Para establecer la capacidad utilizada en la empresa “CUBI CAFE” se determinó en base a la maquinaria por lo que se la describe a continuación:

CUADRO Nro. 29
CAPACIDAD UTILIZADA

CAÑA Molino	Extracción	Pailada	gramos	Cubo/15 gr	mes	Año unidades	Caja año
288Kg	173 kg	190 lb	86632	5775	115.503	1386048	57752

CAFE	Tintura en gr utilizada diariamente /tomando el grado de desperdicio 40%	Mes	Gramos al año de tintura
16lbs	2,899.20	57,984.00	695,808.00

Fuente: Cuadro # 28.

Elaborado por: La Autora.

Para iniciar la producción es decir en el año cero, se ha determinado que se trabajará únicamente con el 75% que equivale a 288 kg de caña molida por hora, obteniendo una extracción de 173 kg (litros) de jugo de caña el cual equivale a dos pailadas de 86 kg cada una y transformada en libras 190 lb, y sometido al proceso de evaporación quedan 95 lb de producto terminado en cada paila, esto multiplicado por dos pailadas equivale 190 libras, esto transformado en gramos da un resultado de 86632 gr, y dividido para 15 gr que contiene cada cubo de café se obtiene 5775 cubos, esto multiplicado por cinco días laborables se obtiene 28877 y por cuatro semanas que tiene el mes da un resultado 115.503 por los 12 meses que tiene el año 1'386.048 unidades anuales y en cajas 57752 de cubos de café instantáneo anuales.

En lo q se refiere al café se utiliza 16 libras diarias estas transformadas en gramos obtenemos 7,248.00 gr de café y al momento de someterlo al proceso de tinturado obtenemos un desperdicio del 40 % dando un resultado de 2,899.20 de tintura esto multiplicado por los veinte días q se labora obtenemos 57,984.00 gramos de tintura mensuales, y por los 12 meses del año obtenemos 695,808.00 de tintura anual.

PROGRAMA DE PRODUCCION

CUADRO Nro. 30

Años	Capacidad Instalada	Porcentaje	Capacidad Utilizada	Cajas
1	1732560	80%	1386048	57752
2	1732560	85%	1472676	61362
3	1732560	90%	1559304	64971
4	1732560	95%	1645932	68581
5	1732560	96%	1663258	69302

Fuente: Cuadro # 28, 29.

Elaborado por: La Autora.

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Significa ubicar geográficamente el lugar exacto en el que se implementara la nueva unidad productiva para lo cual es necesario analizar ciertos aspectos que son fundamentales y constituyen la razón de su ubicación; como ahorrar recursos, ser visible, aumentar la producción, tener mayor acceso a disponer de materia prima, también guías de acceso al mercado y contar con todos los servicios básicos.

MACROLOCALIZACIÓN

La empresa se encuentra ubicada en el Ecuador, Provincia de Loja, Cantón Loja, Ciudad de Loja es el principal centro urbano, histórico y cultural de la Región Sur del Ecuador. La cual se encuentra a una altura de 2.100 m.s.n.m. con una extensión de 1.883 Km². Sus límites, al Norte con el cantón Saraguro, Sur y Este con la Provincia de Zamora Chinchipe, Oeste parte de la Provincia de El Oro y los cantones Catamayo, Gonzanamá y Quilanga. Es el mayor de los 16 cantones de la provincia de Loja, seguido de Zapotillo, Paltas y Saraguro. Su temperatura fluctúa entre los 16 y 21°C. Presenta un clima templado andino.

Según datos oficiales del Instituto Nacional de Estadística y Censos, del último censo del 28 de Noviembre del 2010, la población urbana de la Ciudad de Loja es de 170.280 habitantes, también es la ciudad con mayor influencia sobre el PIB de la provincia homónima, de acuerdo con el estudio, efectuado por el Banco Central del Ecuador, la ciudad de Loja aporta al alrededor de 1,9 de la economía nacional.

La ciudad de Loja es la quinta ciudad según depósitos en instituciones del sistema financiero con 192.680 miles de dólares en las arcas de estos, de igual forma es considerada según créditos concedidos por el sistema financiero en esta ciudad con 189.828 miles de dólares a los beneficiarios, y la cuarta menos morosa del sistema con un 2.94% de morosidad.

FACTORES CONDICIONALES

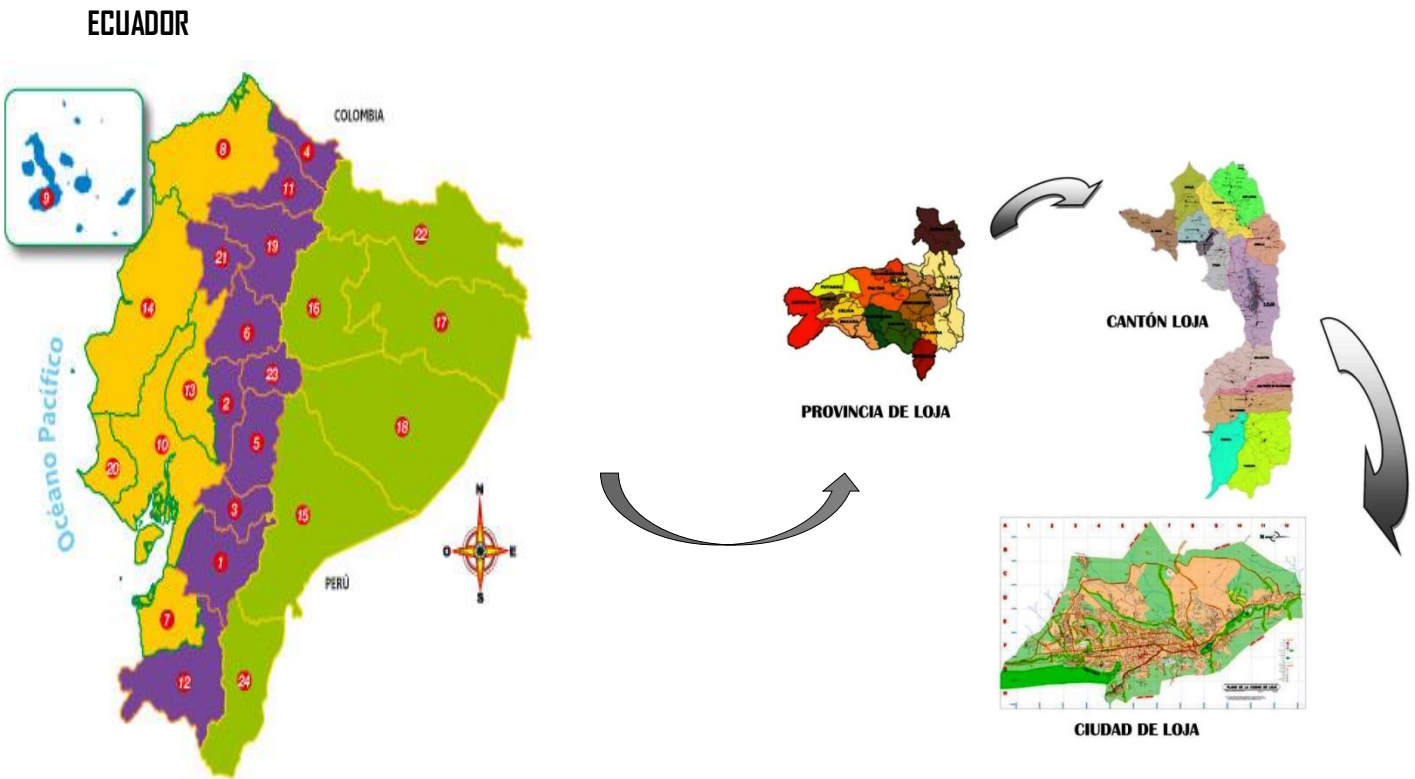
a) RECURSOS FINANCIEROS.

Debido a las circunstancias será necesario recurrir a un préstamo bancario.

b) TECNOLOGÍA.

La tecnología que se utilizara en la planta productora, en primera fase está conforme a las condiciones actuales del mercado, no obstante se debe tomar en cuenta que son variables, por lo que se tratara de innovar la tecnología a medida que se requiera.

GRÁFICO Nro. 22



MICROLOCALIZACIÓN

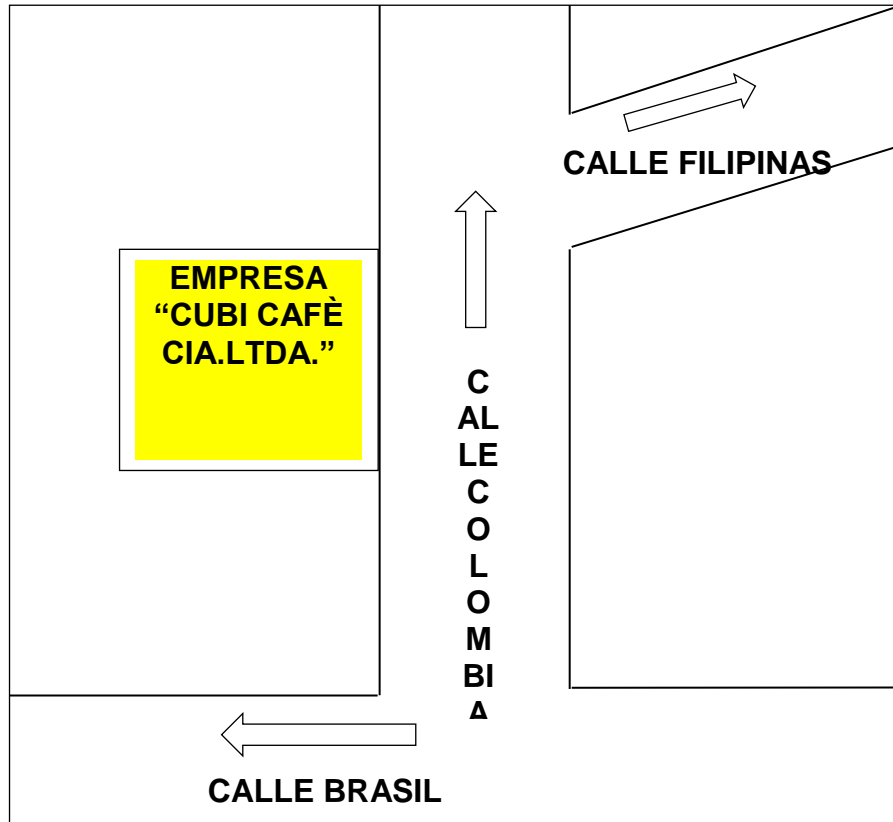
El ámbito de acción del proyecto será la Ciudad de Loja, en donde se ejecutara el establecimiento de la planta productora de cubos de café “CUBI CAFE” en la cual se ha observado que existen muchas ventajas que pueden ser muy bien aprovechadas como su cercanía a los mercados, mano de obra, cercanía para la adquisición de materia prima e insumos, vías de comunicación adecuadas, servicios básicos indispensables (agua, luz, alcantarillado, etc.), ya que estos aspectos son primordiales, el cual permite un óptimo funcionamiento de la empresa.

El presente estudio se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar la planta artesanal, siendo este sitio el que permite cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad.

En cuanto a las condiciones necesarias para el funcionamiento efectivo de la planta productora de cubos de café, se ha creído conveniente que la micro localización será en el barrio Época en las calle Colombia entre Brasil y Filipinas recalcando que este sitio se encuentra localizado estratégicamente en lo referente a la distancia a los mercados de consumo y abastecimiento de materia prima, contando también con los servicios necesarios para los procesos a realizarse.

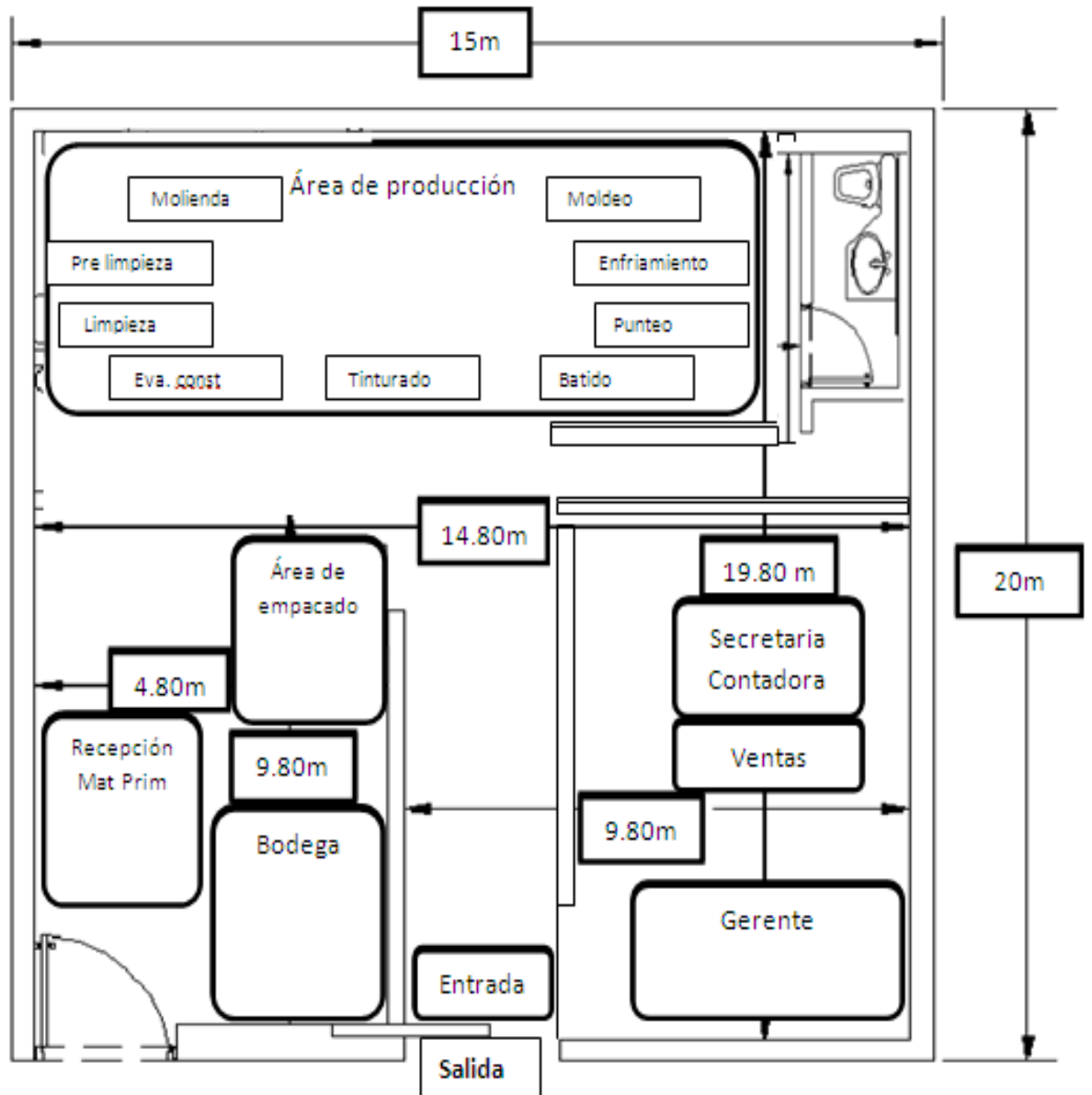
GRÁFICO Nro. 23

BARRIO EPOCA



DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA PLANTA PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE CUBOS DE CAFÉ “CUBI CAFÉ”

GRÁFICO Nro. 24



INGENIERÍA DEL PROYECTO.

Comprende la descripción técnica del proyecto y acordara cuestiones relativas a las investigaciones técnicas preliminares y a los problemas especiales de ingeniería que plantea el proyecto selección de los procesos de elaboración, especificación de equipos y estructuras justificando el grado de mecanización adoptado, calidad y cantidad de los insumos requeridos. Problemas y diagramas de circulación relativos al montaje y realización del proyecto.

MATERIA PRIMA.

En la elaboración de cubos de café utilizamos las siguientes materiales:

- Caña de azúcar
- Café filtrado

MAQUINARIA QUE SE UTILIZARÁ PARA LA PRODUCCIÓN DE CUBOS DE CAFÉ.

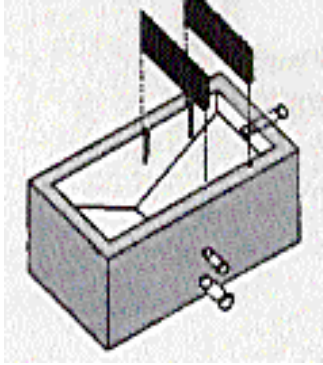
❖ TRAPICHE GRÁFICO Nro. 34



El trapiche es una máquina la cual extrae el jugo de la caña de azúcar, esta molienda se puede llevar a cabo en diversos tipos de molinos, con una capacidad de extracción muy variada dependiendo del tipo de trapiche ya que algunos pueden moler cerca de media

tonelada/hora.

❖ **PRELIMPIADOR.**
GRÁFICO Nro. 35



Este implemento asegura una mejor filtración que el pozuelo tradicional, eliminando hasta el 97% de las impurezas. Consiste en un tanque de forma rectangular, de un metro de largo por 30 cms. de ancho y 60 de altura, con fondo en forma de V y una tabla retenedora de impurezas cercana a un extremo. Las impurezas más pesadas como la arena y el lodo se van al fondo.

❖ **LIMPIADOR**

GRÁFICO Nro. 36



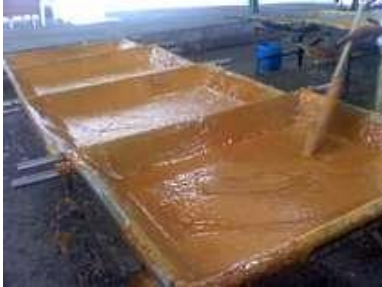
Son pozuelos rectangulares de acero inoxidable el cual permite eliminar impurezas livianas que no hayan sido eliminadas por el pre limpiador.

❖ **HORNILLA PANELERA.**
GRÁFICO Nro. 37



Son hornillas subterráneas las cuales optimizar la producción, reducir los costos y mantener el medio ambiente ya que son hornillas térmicas, que utilizan como combustible únicamente el bagazo de la caña.

❖ **PAILAS O FONDOS.**
GRÁFICO Nro. 38



Son recipientes grandes en donde se coloca el jugo de la caña para hervirlo e ir deshidratando los jugos y concentrándolos más, para que pase al siguiente recipiente hasta llegar al punto de miel.

❖ **TINTORERA DE CAFÉ.**
GRÁFICO Nro. 39



La tintorera de café es un utensilio que permite la extracción de la esencia pura del café.

❖ **REFRACTÓMETRO.**
GRAFICO Nro. 40



Un refractómetro es un instrumento utilizado para medir el índice de refracción de los gases, líquidos, sólidos y transparentes, en este caso el refractómetro permite saber el punto exacto de cocción.

❖ MOLDE PARA LOS CUBOS.

GRÁFICO Nro. 41



Son moldes pequeños los cuales nos permiten elaborar los cubos de café.

❖ PAPEL TRILAMINADO IMPERMEABLE Y HERMETICO.

GRÁFICO Nro. 42



Es un papel laminado, es decir, se cubre con las diferentes capas de polietileno y aluminio que dotarán al envase de impermeabilidad y hermetismo concediendo a los cubos de café una barrera contra la luz y el aire, los cuales son los principales enemigos de los alimentos.

PROCESO DE PRODUCCIÓN.

CONCEPTO.- Es la descripción del proceso, mediante el cual se obtendrá el producto o generación de servicio, es importante indicar que cada una de las fases del proceso aunque no al detalle, pues en muchos casos aquello constituye información confidencial para el manejo interno.

A.- RECEPCIÓN DE LA MATERIA PRIMA.

Una vez recibidas la materia prima permanecerán en sus correspondientes lugares de almacenamiento, hasta que sea necesario hacer uso de las mismas.

B. MOLIENDA.

El molino es una maquina con tres rodillos estriados (mazas) por los cuales se pasa la caña para hacer la extracción del jugo o guarapo y separarlo del bagazo.

C. PRELIMPIEZA.

Una vez obtenido el jugo de caña se procede a eliminar todo tipo de impurezas a través del pre limpiador ya que este se encarga de eliminar los residuos más pesados, como arena o lodo.

D. LIMPIEZA.

La limpieza del jugo se efectúa tradicionalmente en pozuelos, Se elimina los residuos livianos y el bagacillo flotan formando un colchón, la limpieza se complemente exclusivamente mediante la adición de lechada de cal al jugo cuando se ha iniciado el proceso de calentamiento. El jugo en ese momento tiene un pH entre 4.3 y 5.5, la cal neutraliza dicha acidez y forma grumos espumosos de impurezas que son eliminadas mediante un "cucharón" Esta cachaza debe eliminarse antes de que el jugo comience a hervir. La adecuada separación de cachaza garantiza un producto de mejor calidad.

E. EVAPORACIÓN Y CONCENTRACIÓN.

Está fase consiste en elevar el contenido de azúcar en el jugo de 20% a 90%. La manera como se lleve a cabo este proceso incide directamente en la textura final del producto. Cuando el pH del jugo es bajo, se favorece la formación de azúcares reductores que modifican la consistencia final del producto y pueden llegar a impedir su cristalización.

La concentración se efectúa con la ayuda de hornos quemadores del bagazo de la misma caña que calientan uno o varios recipientes en los cuales se limpian, clarifican, evaporan y concentran los jugos de la caña, hasta obtener la meladura o las mieles, que permiten fabricar los cubos.

G. TINTURADO DE CAFÉ.

En esta etapa se extrae la esencia del café mediante la tintorera,

H. BATIDO.

Esta etapa se realiza la mezcla de la tintura de café con las mieles en un recipiente llamado Batea, donde las mieles son agitadas, cuando se ha alcanzado el punto de panela y han sido sacadas de la hornilla, para cambiar la textura y estructura para hacerles perder su capacidad de adherencia.

La batea con la panela en estado líquido se mezcla con la tintura de café atendida por dos obreros llamados batidores, quienes la agitan constantemente mediante una especie de grandes espátulas llamadas "mecedores" y con el tiempo el producto se va aclarando, luego parece que fuera a hervir y finalmente se seca. Este proceso es un agitado intensivo e intermitente de las mieles durante unos 10 a 15 minutos.

F. PUNTEO.

El punto de panela se da cuando las mieles adquieren una serie de características que permiten retirarlas de la hornilla. Este punto depende principalmente de la concentración de los sólidos solubles (Brix) y de la pureza de las mieles (contenido de sacarosa). La temperatura de ebullición depende de la presión atmosférica del lugar, del Brix y la pureza de las mieles. La temperatura de ebullición de las mieles varía entre 116 y 122°C y entre 122 - 126°C (Para lugares con altura sobre el nivel del mar superior a 1000 metros). El punto de panela se obtiene cuando las mieles alcancen concentraciones entre 93 y 94°Brix. Obtenido el punto, el hornero, con el remellón deposita la miel en una batea, donde se observa una ligera hinchazón de la miel y la formación de una gran cantidad de burbujas de aire.

J. ENFRIAMIENTO.

Se deja enfriar aproximadamente unos 15 a 20 minutos, para luego proceder al siguiente paso que es el moldeo.

I. MOLDEO.

La meladura "remasada" la recibe un obrero, encargado de moldearla, la meladura líquida se deposita en bateas preferiblemente de acero inoxidable y por acción de batido intensivo e intermitente se enfría para el moldeo, el cual se realiza mediante el uso de elementos en madera, individuales o múltiples denominados gaveras, en los cuales la meladura se solidifica adquiriendo su forma definitiva.

J. EMPAQUE.

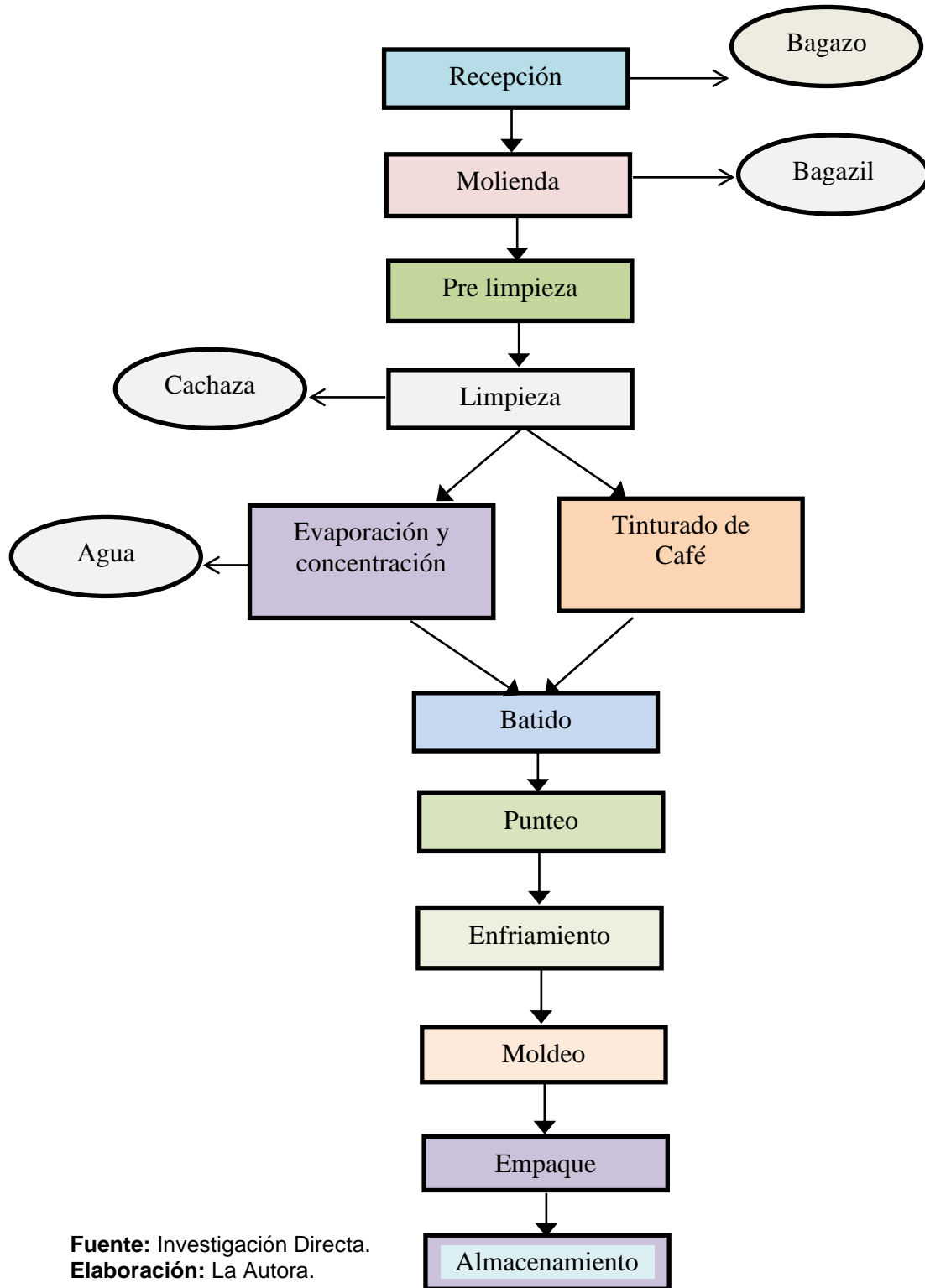
La mezcla de panela con café se deja enfriar en las gaveras y luego el empacador quita la armazón de las gaveras y la empaca. Los tipos de empaques utilizados generalmente son: cajas de madera, cajas de cartón, se usan bolsas de polietileno; colocadas a su vez en cajas de cartón.

K. ALMACENAMIENTO.

La manera adecuada para el almacenamiento de los cubos de café con panela es recubriendo el producto previamente empacado con carpas de polietileno negro de 0.003 pulgadas de espesor; en bodegas con aire acondicionado. La carpa permite conservar los cubos, en buenas condiciones hasta ocho meses.






















GRÁFICO Nro. 43

FLUJOGRAMA DEL PROCESOS PRODUCTIVO DE CUBOS DE CAFÉ INSTANTÁNEO



Fuente: Investigación Directa.
Elaboración: La Autora.

DIAGRAMA DE RECORRIDO PARA LA ELABORACIÓN DE LOS CUBOS DE CAFE. (CUADRO Nro. 44)

DESCRIPCIÓN	OPERACIÓN 	DEMORA 	TRANSPORTE 	INSPECCIÓN 	ALMACENAMIENTO 	TIEMPO
Recepción de Materia Prima						25 min
Molienda						45 min
Pre limpieza						15 min
Limpieza						20 min
Evaporación y Concentración						60 min
Tinturado						60 min
Batido						15 min
Punteo						10 min
Enfriamiento						20 min
Moldeo						30 min
Empaque						150 min
Almacenamiento						30 min
					TOTAL	480 min

FLUJOGRAMA DE PROCESOS DE PRODUCCION DE CUBOS DE CAFÉ

CUADRO Nro. 31

PROCESO	PERIODOS	MINUTOS
Recepción de Materia Prima	1	25
Molienda	1	45
Pre limpieza	1	15
Limpieza	1	20
Evaporación y Concentración	2	60
Tinturado	1	60
Batido	1	15
Punteo	1	10
Enfriamiento	1	20
Moldeo	1	30
Empaque	1	150
Almacenamiento	1	30
TOTAL MINUTOS (jornada 8 horas)		480 min

Fuente: Grafico # 44.

Elaboración: La Autora.

DISEÑO ORGANIZACIONAL

La Administración es fundamental para el buen funcionamiento de toda empresa, deben existir una buena estructura de las relaciones entre las diferentes funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social, lográndose así obtener eficiencia en los procesos que constituyen la gestión empresarial.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.

BASE LEGAL.

La presente empresa se constituirá como Compañía Limitada, establecida en los requerimientos que para tal efecto da la Superintendencia de Compañías, estableciendo como razón social “PROENA CUBI CAFÉ CIA. LTDA.”, para tal efecto será necesaria la participación por lo menos de dos socios y un máximo de quince los mismos que realizaran iguales aportaciones para la formación del capital social de la empresa. Este capital deberá ser suscrito y pagado en su totalidad del aporte individual e integrante al momento de iniciar sus actividades.

Esta empresa se organizara mediante un contrato social suscrito por un lapso de 5 años de vida empresarial con la intención de que el proyecto dure hasta el año 2017 como decisión de los interesados.

La empresa para su libre operación deberá reunir ciertos requisitos exigidos por la ley de compañías, entre ellos están:

1.- Acta Constitutiva.

Este documento certificara la conformación legal de la empresa, en él se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.

Para dar lugar a la constitución de una compañía Limitada “PROENA CUBI CAFÈ CIA. LTDA.” constara en su conformación por dos socias, las mismas que a continuación se menciona:

Tatiana Maricela López Faican. C.I. 1104619661

Diana del Cisne Bustamante C.I. 1103767404

2.- Razón Social o Denominación.

El nombre con el cual la empresa iniciara su producción será “PROENA CUBI CAFÈ CIA. LTDA.” la misma que se encarga de producir y comercializar cubos de café instantáneos de acuerdo a lo establecido por la ley de compañías.

3.- Domicilio.

El domicilio principal de la empresa PROENA “CUBI CAFÈ” estará ubicado en el barrio Época, Ciudad de Loja, Capital de la Provincia de Loja, Republica del Ecuador.

4.- Objeto Social.

El objeto social de la empresa es producir y comercializar CUBOS DE CAFÈ GOURMET INSTANTANEO ENDULZADOS CON PANELA ORGANICA, de muy buena calidad.

5.- Capital Social.

La empresa procesadora y comercializadora de cubos de café instantáneos “PROENA CUBI CAFÈ CIA. LTDA.” empezara sus operaciones con una inversión de 400,00 dólares; de los cuales constituye cuatrocientos acciones, valoradas en 1,00 cada una.

Al momento de la constitución cada socio suscribirá y pagara el valor total de sus aportaciones, valor que se depositara en la cuenta de integración del capital de la empresa en el Banco del Pichincha; recibiendo cada socio un certificado de aportación con la indicación de negociable y conforme al número de aportaciones que le corresponda.

6.- Tiempo de Duración de la Sociedad.

La empresa procesadora y comercializadora de cubos de café instantáneos "PROENA CUBI CAFÈ CIA. LTDA.", tendrá una duración de cinco años que se contabilizaran a partir de su fecha de funcionamiento, como consta en la escritura pública.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL.

Parte fundamental de la operación de la empresa es, la estructura organizativa con que esta cuente, ya que este permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma.

Esto hará posible, que los recursos, especialmente el talento humano sea manejado de forma adecuada y eficiente.

NIVELES JERÁRQUICOS DE AUTORIDAD.

Para el manejo operacional se considera cinco niveles según lo describe la ley de compañías.

NIVEL LEGISLATIVO.

Está constituido por la Junta General de Socios, organismo supremo de la compañía. En el caso de PROENA CUBI CAFÉ la mayor autoridad es el presidente como único dueño de la empresa.

NIVEL EJECUTIVO.

Formado por el gerente, mismo que será nombrado por la Junta General de Socios.

NIVEL ASESOR.

Estará conformado por el Asesor jurídico que en el caso de PROENA CUBI CAFÉ tendrá la calidad de ocasional, este cargo lo ocupara un abogado en libre ejercicio de su profesión.

NIVEL DE APOYO.

Estará conformado por todos aquellos puestos de trabajo que tengan relación directa con el cumplimiento de actividades administrativas de la empresa.

NIVEL OPERATIVO.

En este nivel están ubicados todos los puestos de trabajo que tiene relación directa con el proceso productivo y ventas.

ORGANIGRAMAS.

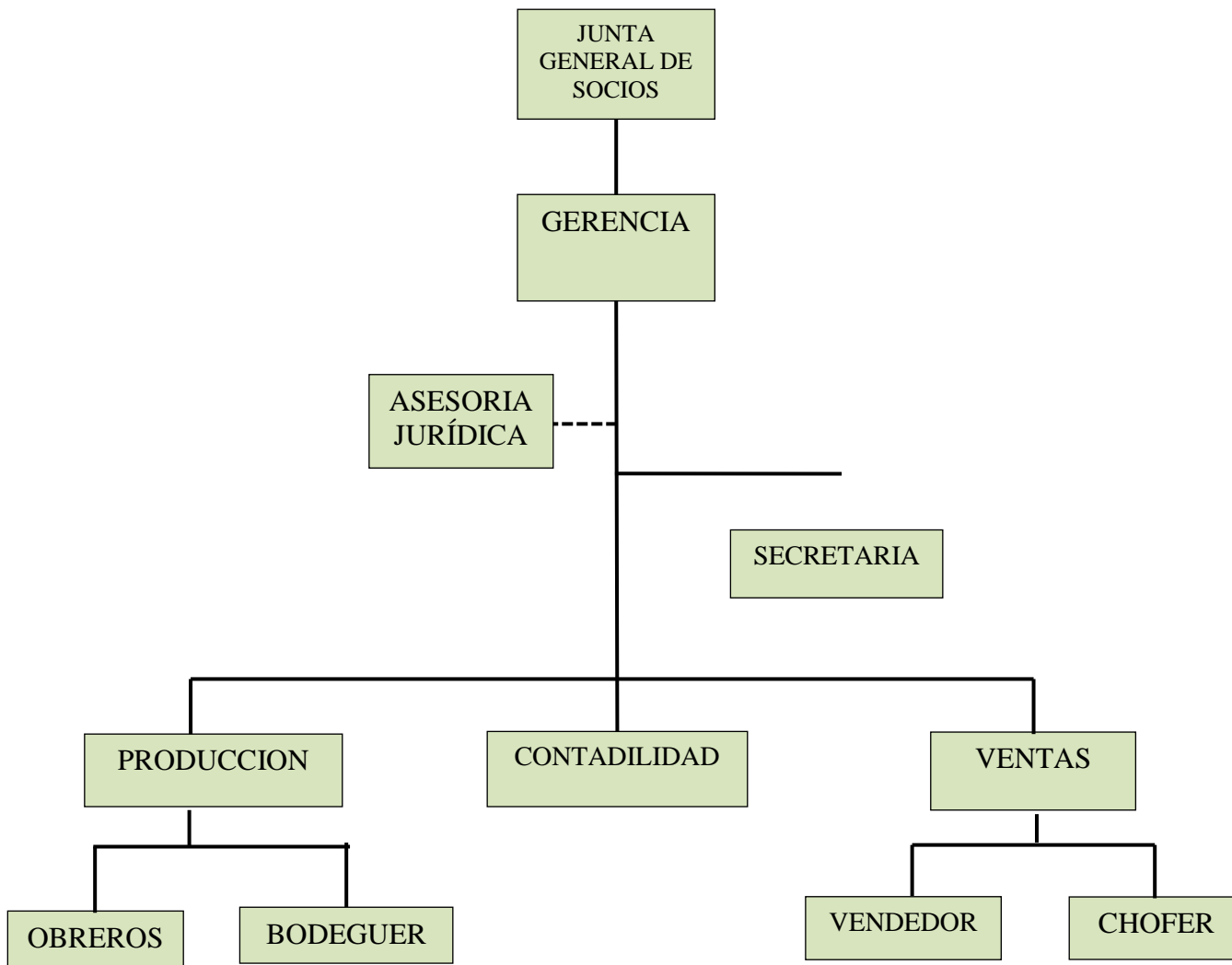
Es un gráfico o un conjunto de líneas y símbolos que muestran la estructura organizativa de una empresa de acuerdo al orden jerárquico de cada uno de los puestos existentes en la empresa. Entre ellos encontramos los siguientes:

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.

Es una representación gráfica de la conformación administrativa de una empresa, permitiendo conocer de forma objetiva los puestos operativos y

jerárquicos dentro de la compañía. A continuación se puede observar la estructura administrativa que tendrá la empresa.

GRAFICO Nro. 44
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL
DE LA EMPRESA "CUBI CAFÉ CIA. LTDA."

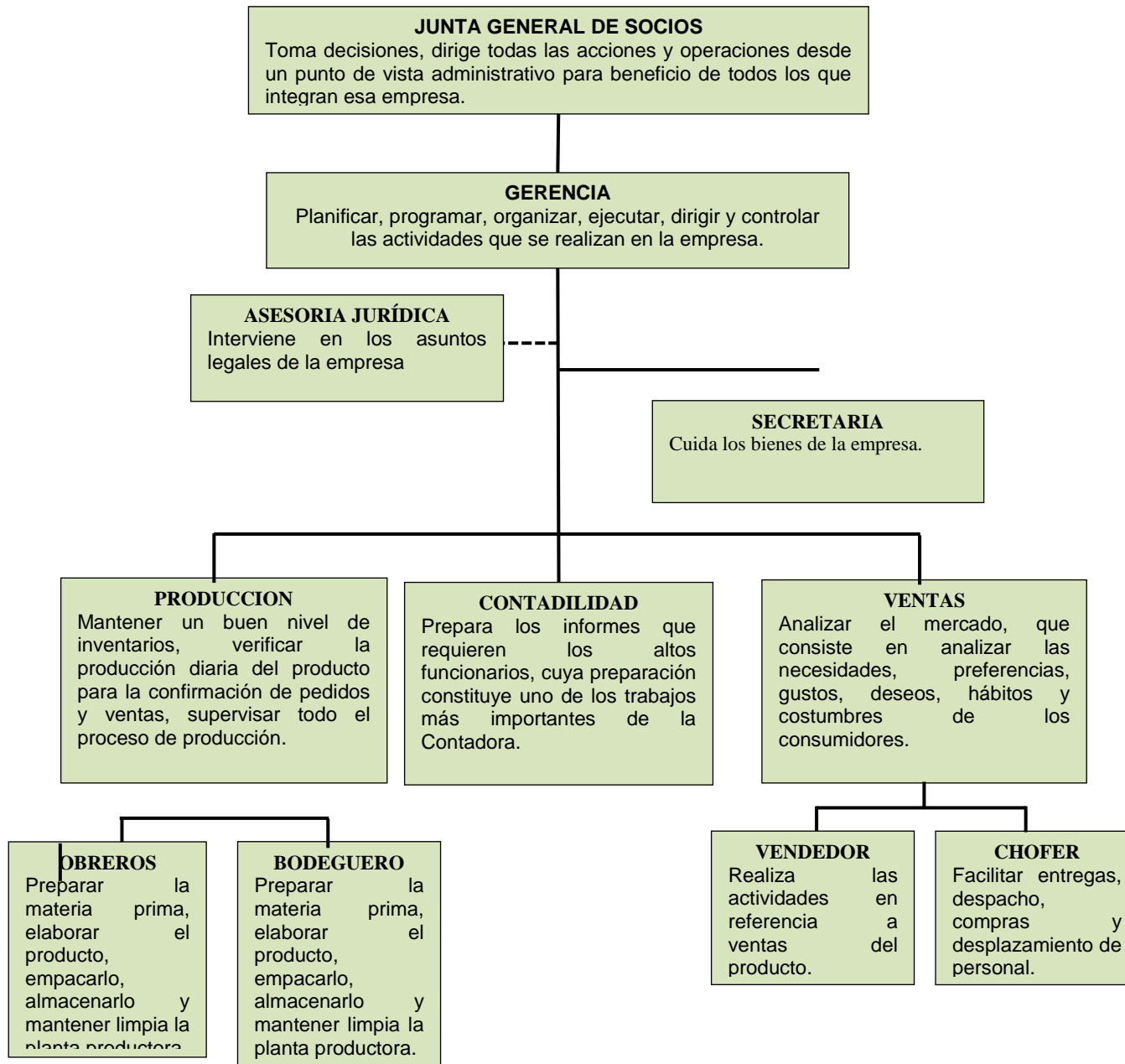


Elaboración: La Autora.
Aprobación: Ing. Patricio Gómez

ORGANIGRAMA FUNCIONAL.

Incluyen las principales funciones que tienen asignadas, además de las unidades y sus interrelaciones. Este tipo de organigrama es básico fundamental y de gran utilidad en una empresa ya que se describen la función de cada uno de los cargos y sirve para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general.

GRAFICO Nro. 45
ORGANIGRAMA FUNCIONAL
DE LA EMPRESA "CUBI CAFÉ CIA. LTDA."

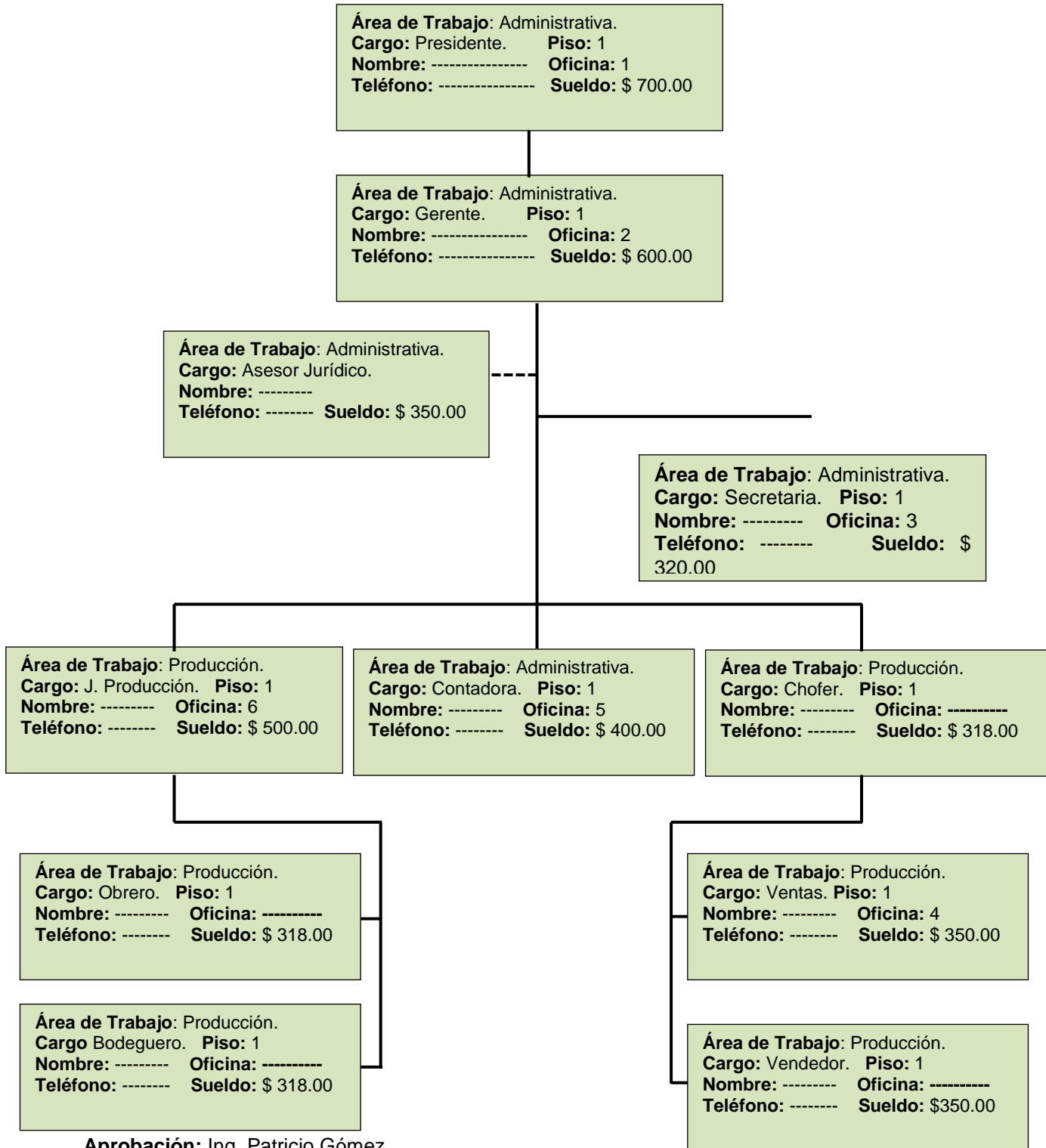


Elaboración: La Autora.
Aprobación: Ing. Patricio Gómez.

ORGANIGRAMA POSICIONAL.

En este organigrama se refiere específicamente a los puestos de trabajo en donde se describen cada uno de los cargos detalladamente constando los nombres de los trabajadores, área de trabajo, cargo, piso, sueldo número de teléfono.

CO Nro. 46
ORGANIGRAMA POSICIONAL
DE LA EMPRESA "CUBI CAFÉ CIA. LTDA."



Aprobación: Ing. Patricio Gómez.

MANUALES.

Son una fuente de información en donde todos los cargos de la empresa encontraran la descripción clave de las diferentes tareas y actividades que deben desarrollar así, como todos y cada uno de los requisitos que deben cumplir.

Un manual debe contener información sobre los siguientes aspectos:

Relación de independencia (ubicación interna)

Dependencia jerárquica (relaciones de autoridad)

Naturaleza de trabajo

Tareas principales

Tareas secundarias

Características

Requerimientos para el puesto

MANUAL DE FUNCIONES DE LA EMPRESA “PROENA CUBI CAFÉ CIA. LTDA.”


1.- Análisis y Descripción de Puesto: GERENTE

NOMBRE DEL PUESTO: GERENTE GENERAL	 CÓDIGO: DL001
NIVEL JERÁRQUICO: EJECUTIVO	DEPENDIENTE DE: JUNTA DE ACCIONISTAS
NÚMERO DE SUBALTERNOS: 10	SUELDO: \$600.00
ROL DEL PUESTO: Planificar, programar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades que se realizan en la empresa.	
FUNCIONES DEL PUESTO: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Preparar descripciones de tareas y objetivos individuales para cada área funcional liderada por su gerente. ➤ Definir necesidades de personal consistentes con los objetivos y planes de la empresa. ➤ Seleccionar personal competente y desarrollar programas de entrenamiento para potenciar sus capacidades. ➤ Ejercer un liderazgo dinámico para volver operativos y ejecutar los planes y estrategias determinados. 	
CARACTERÍSTICAS: SECCIÓN: Área administrativa. EQUIPO DE TRABAJO: Computadora. EXPERIENCIA PROFESIONAL: 4 años en funciones similares. CONDICIÓN DE TRABAJO: Responsable, puntual, amable y colaborador. RELACIONES HUMANAS: Facilidad de palabra, visual, comunicación y motivación. TIPO DE ACTIVIDAD: trabajo de carácter intelectual. CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS DEL OCUPANTE: Buena presentación, comunicativo, paciente y cortés	
INTERFAZ: Con empleados y trabajadores	
REQUERIMIENTOS MÍNIMOS: A.-EDUCACIÓN: Título profesional Ing. en Administración de Empresas B.-EXPERIENCIA: Dirección o gestión de empresas, marketing. C.- INICIATIVA: Poseer criterio para planificar, organizar, ejecutar, evaluar y tomar decisiones de trascendencia.	
RESPONSABILIDAD: F.-POR EQUIPO Y MAQUINARIA: si se dañará algún equipo G.-POR MATERIALES, PRODUCTOS Y/O DINERO: por el manejo de más de 1500 dólares H.- POR EL TRABAJO DE OTROS: por el trabajo de todo el personal.	
CONDICIONES DE TRABAJO: I.- CONDICIONES: El trabajo se realizara en condiciones normales, en el interior, limpio, ordenado, ventilación buena, etc. J.- RIESGOS: La posibilidad de que ocurra algún accidente dentro de su puesto de trabajo es muy eventual.	


2.- Análisis y Descripción de Puesto: ASESOR JURÍDICO

NOMBRE DEL PUESTO: Asesor Jurídico	 CÓDIGO: DL002
NIVEL JERÁRQUICO: EJECUTIVO	DEPENDIENTE DE: GERENTE Y JUNTA DE ACCIONISTAS
NÚMERO DE SUBALTERNOS: 0	SUELDO: \$350.00
ROL DEL PUESTO: Interviene en los asuntos legales de la empresa, su ámbito de acción es aconsejar más no decidir. Tiene carácter temporal.	
FUNCIONES DEL PUESTO: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Asesorar a los funcionarios de la empresa sobre asuntos de orden jurídico. ➤ Representar junto con el gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa. ➤ Participar en las sesiones de la Junta General de Socios y directorio. ➤ Redactar convenios, contratos, poderes, pagarés y otros documentos de tipo legal. ➤ Prepara reglamentos de personal. ➤ Resuelve consultas legales. 	
CARACTERÍSTICAS: CARGO: Asesor jurídico. SECCIÓN: Área administrativa. EQUIPO DE TRABAJO: Computadora EXPERIENCIA PROFESIONAL: 2 años en ejercicio profesional. CONDICIÓN DE TRABAJO: Responsable, honesto, y colaborador. RELACIONES HUMANAS: Facilidad de palabra, visual, comunicación. TIPO DE ACTIVIDAD: trabajo de carácter intelectual. CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS DEL OCUPANTE: Buena presentación, comunicativo, paciente y cortés	
INTERFAZ: Gerente.	
REQUERIMIENTOS MÍNIMOS: A.-EDUCACIÓN: Título de Abogado y Dr. en jurisprudencia. B.-EXPERIENCIA: Haber desempeñado funciones similares. C.- INICIATIVA: Poseer criterio intachable.	
RESPONSABILIDAD F.-POR EQUIPO Y MAQUINARIA: Responder por los equipos a su cargo de más de 1500 dólares.	
CONDICIONES DE TRABAJO: I.- CONDICIONES: El trabajo se realizara en condiciones normales, en un lugar ordenado, y limpio. J.- RIESGOS: La posibilidad de que ocurra algún accidente dentro de su puesto de trabajo es muy eventual.	


3.- Análisis y Descripción de Puesto: SECRETARIA

NOMBRE DEL PUESTO: SECRETARIA	 CÓDIGO: DL003
NIVEL JERÁRQUICO: AUXILIAR	DEPENDIENTE DE: GERENTE
NÚMERO DE SUBALTERNOS: 0	SUELDO: \$300,00
ROL DEL PUESTO: Saber redactar y llevar todos los materiales de la empresa y teniendo en cuenta la planificación de la misma.	
FUNCIONES DEL PUESTO: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Vigilar el adecuado cumplimiento de los criterios emitidos por el gerente que permitan la coordinación con el resto de la organización. ➤ Redactar todos los oficios y demás trámites que la empresa requiera. ➤ Presentar a la consideración del gerente los programas de actividades con metas y objetivos de la empresa. ➤ Llevar un registro y control de los asuntos y actividades relevantes de la empresa. ➤ Informar de manera periódica al gerente sobre los avances en el cumplimiento de los programas. 	
CARACTERÍSTICAS: SECCIÓN: Área Administrativo EQUIPO DE TRABAJO: Computadora, Suministros de oficina, Sumadora, Equipo de Oficina EXPERIENCIA PROFESIONAL: Mínima de 2 años en funciones similares CONDICIÓN DE TRABAJO: Responsable, buena presencia y relaciones interpersonales. RELACIONES HUMANAS: Amable, Respetuosa con sus compañeros y los clientes, Paciente y sobre todo cortés. TIPO DE ACTIVIDAD: Trabajo de carácter intelectual. CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS DEL OCUPANTE: Comunicativa, paciente.	
INTERFAZ: Con el gerente y resto del personal	
REQUERIMIENTOS MÍNIMOS: A.-EDUCACIÓN: Título en Secretariado Ejecutivo. B.-EXPERIENCIA: Mínima 2 años en funciones similares C.- INICIATIVA: Poseer criterio en la toma de decisiones.	
RESPONSABILIDAD: F.-POR EQUIPO Y MAQUINARIA: Responder por daños al equipo de trabajo. G.-POR MATERIALES, PRODUCTOS Y/O DINERO: H.- POR EL TRABAJO DE OTROS: Ninguno	
CONDICIONES DE TRABAJO: I.- CONDICIONES: El trabajo se realizara en condiciones normales, en el interior, limpio, ordenado, ventilación buena, etc. J.- RIESGOS: La posibilidad de que ocurra algún accidente dentro de su puesto de trabajo es muy eventual.	


4.- Análisis y Descripción de Puesto: JEFE DE PRODUCCIÓN

NOMBRE DEL PUESTO: JEFE DE PRODUCCIÓN	 CÓDIGO: DL004
NIVEL JERÁRQUICO: EJECUTIVO	DEPENDIENTE DE: GERENTE
NÚMERO DE SUBALTERNOS: 2	SUELDO: \$500.00
ROL DEL PUESTO: Es la persona encargada de todo lo referente a la producción de la empresa.	
FUNCIONES DEL PUESTO: <ul style="list-style-type: none"> • Supervisar y controlar la producción. • Supervisar la ejecución de actividades de nuevos suministros, servicios para la producción. (instalaciones y sistemas de protección interna, y alquileres diversos). • Supervisar el cumplimiento de las políticas de seguridad de la empresa y las empresas contratistas. • Consolidar y elaborar informes comerciales mensuales correspondientes a la producción. • Supervisar las actividades de sus subalternos. • Realizar pedidos de mercadería. Elaborar informes de producción. 	
CARACTERÍSTICAS: SECCIÓN: Área de producción. EQUIPO DE TRABAJO: Computadora EXPERIENCIA PROFESIONAL: 3 años CONDICIÓN DE TRABAJO: Responsabilidad, honestidad, veracidad. RELACIONES HUMANAS: Amable, paciente, respetuoso con sus compañeros. TIPO DE ACTIVIDAD: Capacidad para trabajar en equipo, disposición de servicio. CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS DEL OCUPANTE: Comunicativo, paciente y cortés. PRUEBAS A LAS QUE DEBE SOMETERSE: Estudio de mercado.	
INTERFAZ: Con todos los empleados	
REQUERIMIENTOS MÍNIMOS: A.-EDUCACIÓN: Título profesional Lcdo. En Administración de Empresas. B.-EXPERIENCIA: Dirección o gestión de empresas, Estudio de mercado y marketing. C.- INICIATIVA: Manejo de personal, rapidez en la toma de decisiones.	
RESPONSABILIDAD: F.-POR EQUIPO Y MAQUINARIA: Por todos los materias entregados para desempeñar sus actividades. G.-POR MATERIALES, PRODUCTOS Y/O DINERO: por responsabilidad económica por más de \$ 1000.00. H.- POR EL TRABAJO DE OTROS: de los obreros y vendedor.	
CONDICIONES DE TRABAJO: I.- CONDICIONES: Su trabajo se realizará en un ambiente adecuado donde pueda existir concentración para el desarrollo de sus actividades. J.- RIESGOS: eventuales , ya que hay pocas posibilidades de que existan accidentes en su puesto de trabajo	


5.- Análisis y Descripción de Puesto: OBREROS

NOMBRE DEL PUESTO: OBREROS	 CÓDIGO: DL005
NIVEL JERÁRQUICO: AUXILIAR	DEPENDIENTE DE: JEFE DE PRODUCCIÓN
NÚMERO DE SUBALTERNOS: 0	SUELDO: \$318,00
ROL DEL PUESTO: Llevar a cabo todo el cumplimiento del proceso productivo del té de perejil.	
FUNCIONES DEL PUESTO: <ul style="list-style-type: none"> - Cumplir con las producciones diarias que exige la empresa. - Ver que el producto este cumpla con todos los estándares de calidad. - Establecer una buena relación y comunicación con los demás empleados. - Son responsables de que el producto esté listo para su entrega. - Reportar cualquier anomalía que se presente durante su jornada de trabajo. 	
CARACTERÍSTICAS SECCIÓN: Área de producción. EQUIPO DE TRABAJO: Accesorios de seguridad e higiene. EXPERIENCIA PROFESIONAL: Manejo de maquinaria industrial. CONDICIONES DE TRABAJO: Paciente, cordial, Responsable, puntual. RELACIONES HUMANAS: Amable, respetuoso con sus compañeros. TIPO DE ACTIVIDAD: Trabajo de Carácter Físico. CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS DEL OCUPANTE: Esforzado.	
INTERFAZ: Con los demás empleados y jefe de producción.	
REQUERIMIENTOS MÍNIMOS: A.-EDUCACIÓN: Bachiller. B.-EXPERIENCIA: Dos años manipulación de maquinaria. C.- INICIATIVA: Comunicativo.	
RESPONSABILIDAD F.-POR EQUIPO Y MAQUINARIA: Responsable por daño del producto más de mil dólares. H.- POR EL TRABAJO DE OTROS: Ninguno	
CONDICIONES DE TRABAJO: I.- CONDICIONES: Es de forma normal en el interior de la planta de la empresa, en condiciones ruidosas. J.- RIESGO: La probabilidad de que ocurra un accidente dentro de la planta es muy ocasional.	


6.- Análisis y Descripción de Puesto: BODEGUERO.

NOMBRE DEL PUESTO: BODEGUERO	 CÓDIGO: DL006
NIVEL JERARQUICO: AUXILIAR	DEPENDIENTE DE: GERENTE
NÚMERO DE SUBALTERNOS: 0	SUELDO: \$320,00
ROL DEL PUESTO: Realizar la limpieza y mantenimiento de las instalaciones de la Empresa y lleva un inventario de todo lo referente a materia prima y producto terminado.	
FUNCIONES DEL PUESTO: <ul style="list-style-type: none"> - Abrir las oficinas y realizar la limpieza diaria de los muebles y enseres de la Empresa. - Facilita la entrega del producto al vendedor. - Desempeñar la función de mensajería interna y externa. - Realizar la limpieza de la bodega y lleva un inventario de todo lo que ingresa a la empresa. - Realizar cualquier actividad que le solicite el jefe inmediato. 	
CARACTERISTICAS: SECCIÓN: Departamento Producción. EQUIPO DE TRABAJO: Cuaderno de inventarios. EXPERIENCIA PROFESIONAL: No requiere de esta. CONDICIONES DE TRABAJO: Responsable, puntual. RELACIONES HUMANAS: Amable, respetuosa con los empleados de la Empresa. TIPO DE ACTIVIDAD: Trabajo de Carácter Físico. CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS DEL OCUPANTE: Comunicativa.	
INTERFAZ: Con el gerente y personal de la empresa	
REQUERIMIENTOS MÍNIMOS: <ul style="list-style-type: none"> A.-EDUCACIÓN: Título de bachiller. B.-EXPERIENCIA: no es indispensable. C.- INICIATIVA: Para recibir disposiciones y normas dispuestas por sus superiores. 	
RESPONSABILIDAD <ul style="list-style-type: none"> F.- POR LA MAQUINARIA: Responsabilidad por daños de equipos de trabajo. H.- POR EL TRABAJO DE OTROS: Ninguno. 	
CONDICIONES DE TRABAJO: <ul style="list-style-type: none"> I.- CONDICIONES: Es de forma normal en el interior de la empresa, en condiciones ruidosas. J.- RIESGOS: La probabilidad de que ocurra un accidente dentro del trabajo es muy eventual. 	

7- Análisis y Descripción de Puesto: VENTAS

NOMBRE DEL PUESTO: JEFE DE VENTAS	 CÓDIGO: DL007
NIVEL JERÁRQUICO: EJECUTIVO	DEPENDIENTE DE: GERENTE
NÚMERO DE SUBALTERNOS: 0	SUELDO: \$350.00
ROL DEL PUESTO: Es la persona encargada de todo lo referente a Impulsar y supervisar las ventas de los productos de la empresa.	
FUNCIONES DEL PUESTO: <ul style="list-style-type: none"> • Supervisar y controlar las ventas. • Supervisar la ejecución de actividades de nuevos suministros, servicios para las ventas. • Supervisar el cumplimiento de las políticas de ventas de la empresa. • Coordinar y supervisar campañas de ventas de nuestro producto en zonas de ampliación. • Revisar y avalar las facturas presentadas resultado de las ventas del producto. • Supervisar las actividades de sus subalternos. • Elaborar informes comerciales. Desarrollar campañas de ventas. • Dar a conocer un registro de las ventas de la empresa. 	
CARACTERÍSTICAS: SECCIÓN: Área de producción. EQUIPO DE TRABAJO: Computadora EXPERIENCIA PROFESIONAL: 3 años CONDICIÓN DE TRABAJO: Responsabilidad, honestidad, veracidad. RELACIONES HUMANAS: Amable, paciente, respetuoso con sus compañeros y clientes. TIPO DE ACTIVIDAD: Capacidad para trabajar en equipo, disposición de servicio. CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS DEL OCUPANTE: Comunicativo, paciente y cortés.	
INTERFAZ: Con todos los empleados	
REQUERIMIENTOS MÍNIMOS: A.-EDUCACIÓN: Bachiller. B.-EXPERIENCIA: Estudio de mercado, ventas y marketing. C.- INICIATIVA: Rapidez en la toma de decisiones.	
RESPONSABILIDAD: F.-POR EQUIPO Y MAQUINARIA: Por todos los materias entregados para desempeñar sus actividades. G.-POR MATERIALES, PRODUCTOS Y/O DINERO: por responsabilidad económica por más de \$ 1000.00. H.- POR EL TRABAJO DE OTROS: ninguno.	
CONDICIONES DE TRABAJO: I.- CONDICIONES: Su trabajo se realizará en un ambiente adecuado donde pueda existir concentración para el desarrollo de sus actividades. J.- RIESGOS: eventuales , ya que hay pocas posibilidades de que existan accidentes en su puesto de trabajo	

8.- Análisis y Descripción de Puesto: CHOFER.

NOMBRE DEL PUESTO: CHOFER	 CÓDIGO: DL008
NIVEL JERARQUICO: AUXILIAR	DEPENDIENTE DE: GERENTE
NÚMERO DE SUBALTERNOS: 0	SUELDO: \$318,00
ROL DEL PUESTO: Mediante un vehículo de transporte, dar apoyo a las áreas de ventas y administrativa, para facilitar las entregas, despachos, compras y desplazamiento de personal requerido para cumplir con el objeto social de la empresa.	
FUNCIONES DEL PUESTO: <ul style="list-style-type: none"> • Transportar en el vehículo destinado por la empresa, todos los productos, e insumos, objeto de la operación del negocio. • Realizar las entregas del producto en los sitios y horas programados por el jefe de despacho o ventas. • Velar por el buen mantenimiento que se le debe hacer al vehículo asignado por la empresa; cambio de aceite, revisión de líquidos, frenos, motor, etc..... • Administrar y dar cuentas satisfactorias de los dineros que se le asignen para el desarrollo de sus actividades. • Informar de manera inmediata a la Gerencia, cualquier irregularidad, percance, o inconveniente que se presente dentro del desarrollo de sus actividades, tanto de manera personal como con el vehículo asignado. 	
CARACTERÍSTICAS: SECCIÓN: Departamento Producción. EQUIPO DE TRABAJO: Carros repartidores EXPERIENCIA PROFESIONAL: 2 años en funciones similares CONDICIÓN DE TRABAJO: A la intemperie RELACIONES HUMANAS: Básicas trato con clientes TIPO DE ACTIVIDAD: Trabajo de carácter visual. CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS DEL OCUPANTE: Buena comunicación, paciente y cortés	
INTERFAZ: Con todo el personal.	
REQUERIMIENTOS MÍNIMOS: A.-EDUCACIÓN: Para el cumplimiento a cabalidad de este cargo es muy importante un nivel secundario, título de bachiller. B.-EXPERIENCIA: Mínima de 2 años C.- INICIATIVA: Criterio para planificar para tomar decisiones de trascendencia.	
RESPONSABILIDAD F.-POR EQUIPO Y MAQUINARIA: Probabilidad de que se dañe el equipo de trabajo. H.- POR EL TRABAJO DE OTROS: Ninguno	
CONDICIONES DE TRABAJO: I.- CONDICIONES: El trabajo se realiza fuera del área del lugar de trabajo. J.- RIESGOS: Probabilidad de que ocurran accidentes de trabajo.	

9.- Descripción de Puesto de CONTADORA.

NOMBRE DEL PUESTO: CONTADORA	 CÓDIGO: DL009
NIVEL JERÁRQUICO: EJECUTIVO	DEPENDIENTE DE: GERENTE Y JUNTA DE ACCIONISTAS
NÚMERO DE SUBALTERNOS: 0	SUELDO: \$400,00
ROL DEL PUESTO: Es responsable de validar los registros contables que se generen en forma automática, así como efectuar los registros contables directos que se produzcan en el Proceso Administrativo Financiero, realizar oportunamente los cierres mensuales y anuales, preparar los estados financieros básicos e informar sobre el comportamiento de los recursos y obligaciones institucionales.	
FUNCIONES DEL PUESTO: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Llevar y controlar la contabilidad general de la empresa. ✓ Registrar las transacciones en el libro diario. ✓ Mantener un correcto manejo de los libros contables. ✓ Elaborar balances y tramitar las declaraciones al SRI. ✓ Elaboración de los roles de pago, elaboración de los estados financieros mensuales y anuales, elaboración de las declaraciones. ✓ Presentar informes y análisis de tipo contable, económico y financiero de la empresa. ✓ Declaraciones a la Superintendencia de Compañías. 	
CARACTERÍSTICAS: SECCIÓN: Área administrativa. EQUIPO DE TRABAJO: Equipo de cómputo, sumadora, suministros de oficinas. EXPERIENCIA PROFESIONAL: 2 años en funciones similares. CONDICIÓN DE TRABAJO: Requiere de gran responsabilidad y conocimiento de normas y procedimientos contables que llevará la empresa. RELACIONES HUMANAS: Responsable, puntual, amable y colaborador. TIPO DE ACTIVIDAD: trabajo de carácter intelectual. CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS DEL OCUPANTE: Buena presentación, comunicativo, paciente y cortés.	
INTERFAZ: Con el gerente, asistentes contables en caso de que hubiera.	
REQUERIMIENTOS MÍNIMOS: A.-EDUCACIÓN: Título a nivel universitario en Contabilidad y Auditoría. B.-EXPERIENCIA: En llevar registros contables y conocer los programas de cómputo para llevar todos los estados de cuenta. C.- INICIATIVA: Manejo de paquetes utilitarios; Windows y Microsoft Office: Word, Excel y Power Point.	
RESPONSABILIDAD: F.-POR EQUIPO Y MAQUINARIA: Responder por equipos a su cargo por un valor de \$1500. G.-POR MATERIALES, PRODUCTOS Y/O DINERO: por dinero más de \$1500. H.- POR EL TRABAJO DE OTROS: Ninguno.	
CONDICIONES DE TRABAJO: I.- CONDICIONES: Buen ambiente de trabajo J.- RIESGOS: pocas posibilidades de accidentes en su puesto de trabajo.	

ESTUDIO FINANCIERO.

Determina la gestión de los recursos financieros de la empresa, dicho estudio permite cuantificar el monto requerido para la inversión y sus posibles fuentes de financiamiento permiten establecer los costos y determinar ingresos para elaborar la forma presupuestaria y con esa base elaborar estados financieros como el estado de pérdidas y ganancias y proporcionar la información necesaria para establecer el punto de equilibrio como herramienta en la toma de decisiones.

Por lo que se detalla los requerimientos para poner en marcha la planta productora y comercializadora de cubos de café gourmet instantáneo “PROENA CUBI CAFÈ CIA. LTDA.”, en lo que se refiere a los activos fijos, materia prima insumos y mano de obra, Etc.

INVERSIONES.

INVERSIONES DE ACTIVOS FIJOS.

Son aquellos que constituyen la base fundamental para que una organización genere utilidades sobre las inversiones realizadas.

Los activos fijos tienen contablemente un periodo de vida útil definido, y son sujetos del proceso de depreciación.

PRESUPUESTO DE TERRENO.

Es necesario buscar un terreno adecuado para ubicar la planta productora de cubos de café, para ello se hace un presupuesto como lo demostramos a continuación.

CUADRO Nro. 32

PRESUPUESTO DE TERRENO			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno	105,00 m2	100,00	10.500,00
TOTAL			10.500,00

Fuente: Vive1.com/terrenos/Loja/Ecuador.

Elaboración: La Autora.

PRESUPUESTO DE CONSTRUCCIÓN.

Se debe tomar en consideración el costo de construcción de la planta productora de cubos de café, para ello se investigó el costo de metro 2 de construcción que es de 250 dólares en material económico como lo es el hormigón, como se lo demuestra en el siguiente cuadro.

CUADRO Nro. 33

PRESUPUESTO DE CONSTRUCCION			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Construcción m2	100 m2	\$ 250,00	25.000,00
TOTAL:			25.000,00

Fuente: Hormypol precios de construcción en hormigón.

Elaboración: La Autora.

PRESUPUESTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO.

En cuanto a los requerimientos de maquinaria y equipo necesarios, para el proceso productivo de la planta productora y comercializadora de cubos de café "PROENA CUBI CAFÉ CIA. LTDA." se describe lo siguiente:

CUADRO Nro. 34

PRESUPUESTO DE MAQUINARIA			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Molino o Trapiche	1	1250	1250
Tintorera Industrial	1	354	354
TOTAL			1604

Fuente: Ecuapack.

Elaboración: La Autora.

PRESUPUESTO DE HERRAMIENTAS.

Son el complemento necesario para efectuar el proceso productivo, estos los detallamos a continuación:

CUADRO Nro. 35

PRESUPUESTO DE HERRAMIENTAS			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Pre limpiador	1	30,00	30,00
Limpiador	2	25,00	50,00
Pailas	2	50,00	100,00
Plancha de Moldeo	2	100,00	200,00
Hornilla	1	200	200
Refractómetro	1	85	85
TOTAL:			665,00

Fuente: Fepp, Agro importadora Loja.

Elaboración: La Autora.

PRESUPUESTO DE MUEBLES Y ENSERES DE LA PLANTA.

Los muebles y enseres a utilizarse en la planta se describen en el siguiente cuadro.

CUADRO Nro. 36

PRESUPUESTO DE MUEBLES Y ENSERES DE LA PLANTA			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Mesa de 1,00m de alto x 2,00 m de largo y 1,50 de fondo.	2	120,00	240,00
Bancos de plástico	4	7,00	28,00
TOTAL:			268,00

Fuente: Fepp, Agro importadora Loja.

Elaboración: La Autora.

PRESUPUESTO DE MUEBLES Y ENSERES DE ADMINISTRACION Y VENTAS.

Los muebles y enseres a utilizarse para administración y ventas, se describen en el siguiente cuadro.

CUADRO Nro. 37

MUEBLES Y ENSERES DE ADMINISTRACION Y VENTAS			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio	3	150,00	450,00
Archivador	2	80,00	160,00
Sillas Ejecutivas	3	45,00	135,00
Sillas Plásticas	4	7,00	28,00
TOTAL:			773,00

Fuente: Carpintería Reina del Cisne, Agro importadora Loja.

Elaboración: La Autora.

PRESUPUESTO DE EQUIPO DE CÓMPUTO.

Corresponde a los equipos de cómputo, que incluyen la impresora y los programas en general, para la computadora, valores que se detallan a continuación:

CUADRO Nro. 38

PRESUPUESTO DE EQUIPO DE CÓMPUTO.			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora HP.	3	750,00	2250,00
Impresora Canon Multifunción	1	120,00	120,00
TOTAL:			2370,00

Fuente: Máster PC.

Elaboración: La Autora.

PRESUPUESTO DE EQUIPO DE OFICINA.

El equipo va a utilizarse para administración y ventas se describe en el siguiente cuadro:

CUADRO Nro. 39

PRESUPUESTO DE EQUIPO DE OFICINA			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Sumadora	1	30,00	30,00
Teléfono	1	120,00	120,00
Internet	1	18,00	18,00
TOTAL:			168,00

Fuente: Comercial Elecktros.

Elaboración: La Autora.

PRESUPUESTO DE VEHÍCULO.

Nos permitirá transportar, tanto la materia prima como el producto elaborado.

CUADRO Nro. 40

PRESUPUESTO DE VEHICULO			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Camioneta Chevrolet	1	15000,00	15000,00
TOTAL:			15000,00

Fuente: Edycar.

Elaboración: La Autora.

IMPREVISTOS.

Todo presupuesto por cuidadosamente que haya sido elaborado, tiene un margen de error debido a fluctuaciones de precios, cambios de las condiciones originales, etc. Por esta razón es conveniente incluir un rubro de imprevistos.

Para este cálculo se tomó en cuenta el 2% del total de las inversiones fijas, cuyo monto asciende a 852,46 dólares.

a) INVERSIONES FIJAS TOTALES.

CUADRO Nro. 41

INVERSIONES FIJAS TOTALES	
DETALLE	VALOR TOTAL
Terrenos	10.500
Construcción	25000
Maquinaria y equipo	1604
Herramientas	665
Muebles y Enseres de la planta	268
Muebles y Enseres de Administración y ventas	773
Equipo de computo	2370
Equipo de oficina	168
Vehiculó	15000
Imprevistos 2%	852,46
TOTAL	57.200,46

Fuente: Cuadros # 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40.

Elaboración: La Autora.

b) INVERSIONES DE ACTIVOS DIFERIDOS.

Es necesario considerarlos para la constitución de la empresa, los activos intangibles llamados también activos diferidos.

Los cargos diferidos son aquellos gastos pagados por anticipado y que no son susceptibles de ser recuperados, por la empresa, en ningún momento. Se deben amortizar durante el período en que se reciben los servicios o se causen los costos o gastos. Tienen, pues, a diferencia de los gastos pagados por anticipado, propiamente dichos, naturaleza de partidas no monetarias siendo, en consecuencia, susceptibles de ser ajustados por inflación, inclusive en lo que se refiere a su amortización.

En este activo se tomó en cuenta los gastos realizados en el estudio del proyecto y otros gastos relacionados con el mismo, por lo tanto en valor de este activo se distribuye así:

PRESUPUESTO DE ADECUACIÓN Y DE INSTALACIONES.

Son aquellas adecuaciones e instalaciones, que se realizarán en planta, con la finalidad del correcto funcionamiento de la planta, a continuación se detallan:

CUADRO Nro. 42

PRESUPUESTO DE ADECUACION E INSTALACIONES			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Instalación Eléctrica (Medidor)	1	120	120,00
Agua (Derecho de instalación)	1	194,4	194,40
Línea Telefónica	1	75	75,00
TOTAL			389,40

Fuente: E.R.S.S.A, UMAPAL, CNT.

Elaboración: La Autora.

CUADRO Nro. 43

RESUMEN DE ACTIVOS DIFEERIDOS	
DETALLE	VALOR TOTAL
Patentes	400,00
Estudios preliminares	1066,45
Permisos de funcionamiento	250,00
Conformación de la Compañía	125,00
Instalación y adecuaciones	389,40
Imprevistos del 2%	44,62
TOTAL:	2275,47

Fuente: Municipio de Loja.

Elaboración: La Autora.

c) CAPITAL DE TRABAJO.

Son todos los activos que gozan de liquidez y pueden convertirse en efectivo dinamizando así las actividades de producción.

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA, PARA LA PRODUCCION DE CUBOS DE CAFÉ GOURMET INSTANTANEOS.

CUADRO Nro. 44

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA						
AÑOS	DETALLE	CANTIDAD REQUERIDA		COSTOS		
		MENSUAL	ANUAL	UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
1	Caña de azúcar(Kg)	5760,00	69120	0,11	633,60	7603,20
	Café (libras)	320,00	3840	2,5	800,00	9600,00
	TOTAL:				1433,60	17203,20
2	Caña de azúcar(Kg)	6120,00	73440	0,12	734,40	8812,80
	Café (libras)	340,00	4080	2,51	853,40	10240,80
	TOTAL:				1587,80	19053,60
3	Caña de azúcar(Kg)	6480	77760	0,13	842,40	10108,80
	Café (libras)	360,00	4320	2,52	907,20	10886,40
	TOTAL:				1749,60	20995,20
4	Caña de azúcar(Kg)	6840	82080	0,14	957,60	11491,20
	Café (libras)	380,00	4560	2,53	961,40	11536,80
	TOTAL:				1919,00	23028,00
5	Caña de azúcar(Kg)	6912	82944	0,15	1036,80	12441,60
	Café (libras)	384,00	4608	2,54	975,36	11704,32
	TOTAL:				2012,16	24145,92

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: La Autora.

PROCEDIMIENTO.- para obtener la cantidad requerida de materia prima y su costo para el primer año, primeramente obtenemos la cantidad diaria de caña de azúcar que se va a ocupar como son 288 Kg esto lo multiplicamos para 20 días que se van a laborar en el mes, dando como resultado 5760 kg de caña por los 12 meses del año 69120 multiplicado por 0,11 que es el costo del kg de caña tenemos un costo anual de \$7603,20, tomando en consideración q el molino trabaja una hora durante el día.

De igual manera para el café la cantidad requerida en el día es de 16 libras por los 20 días laborables tenemos 320 libras y por los 12 meses del año 384 libras a un costo de \$ 2,50 la libra de café tenemos un costo anual de 9600, obteniendo así un costo total de materia prima directa para el primer año de \$17203,20.

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA.

Se refiere a todos los obreros que la empresa requería para la elaboración de los cubos de café instantáneos, es necesario aclarar antes de detallar el cuadro, el costo de la mano de obra directa que se obtuvo basándose en el proceso de producción, en el mismo que se estimó dos operarios, entre los rubros que se toman en cuenta para remunerar, es salario unificado, decimotercero sueldo, decimocuarto sueldo, vacaciones, aporte patronal, IECE, fondos de reserva, y SECAP.

Determinando así, el monto que asume la mano de obra directa al primer año laborando con dos trabajadores en la producción de cubos de café con un costo de 10.072,97 dólares.

Para la proyección, se toma la tasa de inflación del 5%.

CUADRO Nro. 45

PRESUPUESTO MANO DE OBRA DIRECTA										
COSTO DE SUELDOS										
DESCRIPCION	CANTIDAD	SUELDO MES	P.TOTAL	13 ro	14 to	VACACIONES	IESS 11,15%	FONDOS RESERVA 8,33%	TOTAL MES	TOTAL ANUAL
Obreros	2	318	636,00	53,00	53,00	26,50	70,914	0,00	839,41	10072,97
			667,80	55,65	55,65	27,83	74,460	55,63	937,01	11244,15
			701,19	58,43	58,43	29,22	78,183	58,41	983,86	11806,36
			736,25	61,35	61,35	30,68	82,092	61,35	1033,08	12396,97
			773,06	64,42	64,42	32,21	86,196	64,40	1084,71	13016,51
							Aporte Patronal	11,15%		
							Inflación	5,00%		
							% Fondos Reserva	8,33%		

Fuente: Tabla del Contador.

Elaboración: La Autora.

d) GASTOS DE FABRICACIÓN.

PRESUPUESTO DE MATERIALES INDIRECTOS DE CUBOS DE CAFÉ.

Constituye todos los gastos para el acabado del producto: papel trilaminado impermeable y empaques.

CUADRO Nro. 46

PRESUPUESTO DE MATERIALES INDIRECTOS				
AÑOS	DETALLE	COSTOS		
		UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
1	Material Indirecto	208,00	4160,00	49920,00
2	Material Indirecto	221,00	4420,00	53040,00
3	Material Indirecto	234,00	4680,00	56160,00
4	Material Indirecto	247,00	4940,00	59280,00
5	Material Indirecto	249,60	4992,00	59904,00

Fuente: Fepp Agro importadora Loja.

Elaboración: La Autora.

Nota.- cada cubo de café ira envueltos en papel trilaminado impermeable, y en cada empaque irán 24 cubos de café de 15 gramos cada uno.

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA.

Está constituida por el bodeguero, el mismo que recibe un sueldo unificado más beneficios sociales de ley, a continuación se describe el siguiente cuadro:

CUADRO Nro. 47

PRESUPUESTO SUELDOS										
COSTO DE SUELDOS										
DESCRIPCION	CANTIDAD	SUELDO MES	P.TOTAL	13 ro	14 to	VACACIONES	IESS 11,15%	FONDOS RESERVA 8,33%	TOTAL MES	TOTAL ANUAL
Bodeguero	1	318	318,00	26,50	26,50	13,25	35,457	0,00	419,71	5036,48
			333,90	27,83	27,83	13,91	37,230	27,81	468,51	5622,07
			350,60	29,22	29,22	14,61	39,091	29,20	491,93	5903,18
			368,12	30,68	30,68	15,34	41,046	30,68	516,54	6198,48
			386,53	32,21	32,21	16,11	43,098	32,20	542,35	6508,25
							Aporte Patronal	11,15%		
							Inflación	5,00%		
							% Fondos Reserva	8,33%		

Fuente: Tabla del Contador.

Elaboración: La Autora.

PRESUPUESTO DE SERVICIOS BÁSICOS.

Son aquellos gastos realizados por el consumo de agua potable, energía eléctrica, para ello se obtuvo información del precio de las tarifas de los servicios antes indicados, que se describen a continuación:

CUADRO Nro. 48

PRESUPUESTO DE SERVICIOS BASICOS					
	DESCRIPCION		COSTOS		
DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Agua potable	m3	250	0,0216	5,4	64,8
Con. Energía Eléctrica (KW)	KW	250	0.0872	21,8	261,60
TOTAL				27,2	326,40

Fuente: E.R.S.S.A. UMAPAL.

Elaboración: La Autora.

PROYECCIÓN DE SERVICIOS BASICOS.

CUADRO Nro. 49

AÑOS	PREYECCION
	5%
1	326,40
2	342,72
3	359,86
4	377,85
5	396,74

Fuente: Cuadro # 48.

Elaboración: La Autora.

PRESUPUESTO DE SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN.

Son un complemento indispensable para realizar con seguridad el proceso productivo, los cuales describimos a continuación:

CUADRO Nro. 50

PRESUPUESTO DE SUMINISTRO DE PRODUCCIÓN					
DETALLE	CANTIDAD		COSTOS		
	MENSUAL	ANUAL	UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Delantales	2	24	4,00	8,00	96,00
Guantes de Caucho	2	24	1,00	2,00	24,00
Botiquín	1	1	15,00	15,00	15,00
Extintor	1	1	50,00	50,00	50,00
TOTAL				75,00	185,00

Fuente: Comercial Electros.

Elaboración: La Autora.

PROYECCIÓN DE SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN.

CUADRO Nro. 51

AÑOS	PREYECCIÓN
	5%
1	185,00
2	194,25
3	203,96
4	214,16
5	224,87

Fuente: Cuadro # 50.

Elaboración: La Autora.

PRESUPUESTO DE MANTENIMIENTO DE EQUIPO DE FABRICACIÓN.

Para el desarrollo de las operaciones de la empresa y evitar posibles fallas en el proceso productivo, es necesarios dar el respectivo mantenimiento a la maquinaria y equipo de fabricación, para lo cual se procede a calcular un porcentaje del valor total de estos bienes.

PRESUPUESTO DE MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO DE FABRICACIÓN.

CUADRO Nro. 52

DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE	COSTO	VALOR TOTAL
Mantenimiento de maquinaria	2%	1604,00	32,08
Mantenimiento de herramientas	2%	665,00	13,30
Mantenimiento de muebles enseres planta	2%	264,00	5,28
TOTAL		2533,00	50,66

Fuente: Cuadro # 34, 35,36.

Elaboración: La Autora.

PROYECCIÓN TOTAL DE MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO DE FABRICACIÓN.

CUADRO Nro. 53

AÑOS	PREYECCIÓN
	5%
1	50,66
2	53,19
3	55,85
4	58,64
5	61,57

Fuente: Cuadro # 52.

Elaboración: La Autora.

PRESUPUESTO DE MANTENIMIENTO DE EQUIPO DE ADMINISTRACION Y VENTAS.

Para el desarrollo normal de las operaciones de la empresa y evitar posibles fallas en el proceso administrativo, es necesarios dar el respectivo mantenimiento a la maquinaria y equipo de administración, para lo cual se procede a calcular un porcentaje del valor total de estos bienes.

PRESUPUESTO DE MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO DE ADMINISTRACION Y VENTAS.

CUADRO Nro. 54

DESCRIPCION	PORCENTAJE	COSTO	VALOR TOTAL
Mantenimiento de muebles enseres administrativos	2%	773,00	15,46
Mantenimiento de equipo de computación	2%	2370,00	47,40
Mantenimiento de equipo de oficina	2%	168,00	3,36
Mantenimiento de vehículo	1%	15000,00	150,00
TOTAL		18311,00	216,22

Fuente: Cuadro # 37, 38, 39,40.

Elaboración: El Autor.

PROYECCIÓN TOTAL DE MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO DE FABRICACIÓN.

CUADRO Nro. 55

AÑOS	PREYECCIÓN
	5%
1	216,22
2	227,03
3	238,38
4	249,90
5	262,40

Fuente: Cuadro # 54.

Elaboración: La Autora.

e) GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS.

PRESUPUESTO DE SERVICIOS BÁSICOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS.

Son gastos realizados por consumo de agua potable, energía eléctrica, teléfono, para ello se obtuvo información de las tarifas de los servicios antes indicados, que se describen a continuación:

CUADRO Nro. 56

PRESUPUESTO DE SERVICIOS BÁSICOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS					
DETALLE	DESCRIPCIÓN		COSTOS		
	UNIDAD	CANTIDAD	UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Consumo de Agua	m3	150	0,0216	3,24	38,88
Consumo E. Eléctrica	KW	200	0.0872	17,44	209.28
Consumo de Teléfono	minutos	300	0,0432	12,96	155,52
TOTAL				33,64	403,68

Fuente: E.R.S.S.A. UMAPAL, CNT.

Elaboración: La Autora.

PROYECCIÓN DE SUMINISTROS DE PRODUCCION.

CUADRO Nro. 57

AÑOS	PREYECCIÓN
	5%
1	403,68
2	423,86
3	445,06
4	467,31
5	490,68

Fuente: Cuadro # 56.

Elaboración: La Autora.

PRESUPUESTO DE UTILES DE OFICINA.

Son los gastos que se efectúan por la compra de esferos, carpetas, hojas, tinta, etc. Por lo cual tendrá un costo de 388,80 dólares anuales.

CUADRO Nro. 58

PRESUPUESTO DE ÚTILES DE OFICINA				
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Esteros	6	0,25	1,5	18,00
Carpetas	6	0,15	0,9	10,80
Resma de Hojas de Papel	2	3,00	6	72,00
Cartuchos de tinta	2	4,5	9	108,00
Block Facturas	1	15	15	180,00
TOTAL			32,4	388,80

Fuente: Grafica Santiago.

Elaboración: La Autora.

PROYECCIÓN DE UTILES DE OFICINA.

CUADRO Nro. 59

AÑOS	PREYECCIÓN
	5%
1	388,80
2	408,24
3	428,65
4	450,08
5	472,59

Fuente: Cuadro # 58.

Elaboración: La Autora.

PRESUPUESTO DE REMUNERACIONES ADMINISTRACIÓN.

Son los sueldos para el personal administrativo como: gerente, secretaria, asesor jurídico, contadora, jefe de ventas. Por lo cual se consideró un sueldo mensual unificado más beneficios sociales de ley, decimotercero sueldo, decimocuarto sueldo, vacaciones, aporte patronal. Cuyo gasto asciende a 34368,46 dólares anuales.

CUADRO Nro. 60

PRESUPUESTOS DE SUELDOS Y SALARIOS										
COSTO DE SUELDOS										
DESCRIPCION	CANTIDAD	P.UNITARIO	P.TOTAL	13 ro	14 to	Vacaciones	IESS	Fondos Reserva	Total MES	TOTAL ANUAL
Gerente	1	600	400,00	50,00	26,50	25,00	66,90	0	568,40	6820,80
			421,64	52,71	27,93	26,35	70,52	49,98	649,13	7789,57
			444,45	55,56	29,44	27,78	74,33	54,14	685,71	8228,49
			468,50	58,56	31,04	29,28	78,36	58,65	724,39	8692,63
			493,84	61,73	32,72	30,87	82,59	63,54	765,29	9183,45
							Aporte Patronal	11,15%		
							Inflación	5,41%		
							% Fondos Reserva	8,33%		

Fuente: Tabla del Contador.

Elaboración: La Autora.

CUADRO Nro. 61

PRESUPUESTOS DE SUELDOS Y SALARIOS										
COSTO DE SUELDOS										
DESCRIPCION	CANTIDAD	P.UNITARIO	P.TOTAL	13 ro	14 to	Vacaciones	IESS	Fondos Reserva	Total MES	TOTAL ANUAL
Asesor Jurídico	1	350	300,00	29,17	26,50	14,58	39,03	0	409,28	4911,30
			316,23	30,74	27,93	15,37	41,14	29,16	460,57	5526,86
			333,34	32,41	29,44	16,20	43,36	31,58	486,34	5836,08
			351,37	34,16	31,04	17,08	45,71	34,21	513,57	6162,88
			370,38	36,01	32,72	18,00	48,18	37,06	542,36	6508,28
							Aporte Patronal	11,15%		
							Inflación	5,41%		
							% Fondos Reserva	8,33%		

Fuente: Tabla del Contador.

Elaboración: La Autora.

CUADRO Nro. 62

PRESUPUESTOS DE SUELDOS Y SALARIOS										
COSTO DE SUELDOS										
DESCRIPCION	CANTIDAD	P.UNITARIO	P.TOTAL	13 ro	14 to	Vacaciones	IESS	Fondos Reserva	Total MES	TOTAL ANUAL
Secretaria	1	320	292,00	26,67	26,50	13,33	35,68	0	394,18	4730,16
			307,80	28,11	27,93	14,05	37,61	26,66	442,16	5305,93
			324,45	29,63	29,44	14,82	39,65	28,88	466,86	5602,32
			342,00	31,23	31,04	15,62	41,79	31,28	492,96	5915,53
			360,50	32,92	32,72	16,46	44,05	33,89	520,54	6246,52
							Aporte Patronal	11,15%		
							Inflación	5,41%		
							% Fondos Reserva	8,33%		

Fuente: Tabla del Contador.

Elaboración: La Autora.

CUADRO Nro. 63

PRESUPUESTOS DE SUELDOS Y SALARIOS										
COSTO DE SUELDOS										
DESCRIPCION	CANTIDAD	P.UNITARIO	P.TOTAL	13 ro	14 to	Vacaciones	IESS	Fondos Reserva	Total MES	TOTAL ANUAL
Contadora	1	400	350,00	33,33	26,50	16,67	44,60	0	121,10	1453,20
			368,94	35,14	27,93	17,57	47,01	33,32	160,97	1931,66
			388,89	37,04	29,44	18,52	49,56	36,10	170,65	2047,84
			409,93	39,04	31,04	19,52	52,24	39,10	180,94	2171,27
			432,11	41,15	32,72	20,58	55,06	42,36	191,87	2302,44
Aporte Patronal							11,15%			
Inflación							5,41%			
% Fondos Reserva							8,33%			

Fuente: Tabla del Contador.

Elaboración: La Autora.

CUADRO Nro. 64

PRESUPUESTOS DE SUELDOS Y SALARIOS										
COSTO DE SUELDOS										
DESCRIPCION	CANTIDAD	P.UNITARIO	P.TOTAL	13 ro	14 to	Vacaciones	IESS	Fondos Reserva	Total MES	TOTAL ANUAL
Jefe de Ventas	1	500	320,00	41,67	26,50	20,83	55,75	0	464,75	5577,00
			337,31	43,92	27,93	21,96	58,77	41,65	531,54	6378,52
			355,56	46,30	29,44	23,15	61,95	45,12	561,52	6738,19
			374,80	48,80	31,04	24,40	65,30	48,88	593,21	7118,53
			395,07	51,44	32,72	25,72	68,83	52,95	626,73	7520,77
Aporte Patronal							11,15%			
Inflación							5,41%			
% Fondos Reserva							8,33%			

Fuente: Tabla del Contador.

Elaboración: La Autora.

CUADRO Nro. 65

PRESUPUESTOS DE SUELDOS Y SALARIOS										
COSTO DE SUELDOS										
DESCRIPCION	CANTIDAD	P.UNITARIO	P.TOTAL	13 ro	14 to	Vacaciones	IESS	Fondos Reserva	Total MES	TOTAL ANUAL
Jefe de Producción	1	500	380,00	41,67	26,50	20,83	55,75	0	524,75	6297,00
			400,56	43,92	27,93	21,96	58,77	41,65	594,79	7137,47
			422,23	46,30	29,44	23,15	61,95	45,12	628,18	7538,20
			445,07	48,80	31,04	24,40	65,30	48,88	663,49	7961,83
			469,15	51,44	32,72	25,72	68,83	52,95	700,81	8409,69
Aporte Patronal							11,15%			
Inflación							5,41%			
% Fondos Reserva							8,33%			

Fuente: Tabla del Contador.

Elaboración: La Autora

GASTOS DE VENTA.

PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD.

Para dar a conocer el producto que se ofrece al mercado, es necesario utilizar los diferentes medios de comunicación que están a disposición y alcance, para este caso se utilizara la televisión, radio, afiches, cuyo costo anual será de 4020 dólares anuales.

CUADRO Nro. 66

PRESUPUESTO DE CUÑAS PUBLICITARIAS				
MEDIO PUBLICITARIO	NÚMERO DE CUÑAS	COSTOS		
		UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Radio	5	1,50	150	1800
Televisión	4	2,00	160	1920
Afiches publicitarios	100	0,25	25	300
TOTAL			335	4020

Fuente: Radio Sociedad, Boquerón, Imprenta Santiago.

Elaboración: La Autora.

PROYECCIÓN DE PUBLICIDAD.

CUADRO Nro. 67

AÑOS	PREYECCIÓN
	5%
1	4020,00
2	4221,00
3	4432,05
4	4653,65
5	4886,34

Fuente: Cuadro # 66.

Elaboración: La Autora.

PRESUPUESTO DE COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES.

Son todos los gastos por concepto de gasolina y lubricantes para el vehículo, se considera el consumo promedio de 50 galones mensual al precio de 1.96 dólares por galón. Considerando además el cambio de aceite y mantenimiento, por lo que se tienen un costo anual de 1836 dólares.

CUADRO Nro. 68

PRESUPUESTO DE LUBRICANTES Y COMBUSTIBLES				
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gasolina Súper (Galón)	50	1,96	98	1176
Cambio de Aceite	2	15,00	30	360
Mantenimiento	1	25,00	25	300
TOTAL:			153	1836

Fuente: Gasolinera La Llave.

Elaboración: La Autora.

PROYECCIÓN DE LUBRICANTES Y COMBUSTIBLES.

CUADRO Nro. 69

AÑOS	PREYECCIÓN
	5%
1	1836,00
2	1927,80
3	2024,19
4	2125,40
5	2231,67

Fuente: Cuadro # 68.

Elaboración: La Autora.

PRESUPUESTO DE SUELDOS DE VENTAS.

Son los sueldos para el personal de ventas como: vendedor y chofer, para lo cual se consideró un sueldo unificado más beneficios de ley cuyo gasto asciende a 10.579,78 dólares.

CUADRO Nro. 70

PRESUPUESTOS DE SUELDOS Y SALARIOS										
COSTO DE SUELDOS										
DESCRIPCION	CANTIDAD	P.UNITARIO	P.TOTAL	13 ro	14 to	Vacaciones	IESS	Fondos Reserva	Total MES	TOTAL ANUAL
CHOFER	1	318	292,00	26,50	26,50	13,25	35,46	0	393,71	4724,48
			307,80	27,93	27,93	13,97	37,38	26,49	441,50	5297,95
			324,45	29,44	29,44	14,72	39,40	28,70	466,15	5593,85
			342,00	31,04	31,04	15,52	41,53	31,09	492,21	5906,53
			360,50	32,72	32,72	16,36	43,78	33,68	519,75	6236,97
							Aporte Patronal	11,15%		
							Inflación	5,41%		
							% Fondos Reserva	8,33%		

Fuente: Tabla del Contador.

Elaboración: La Autora.

CUADRO Nro. 71

PRESUPUESTOS DE SUELDOS Y SALARIOS										
COSTO DE SUELDOS										
DESCRIPCION	CANTIDAD	P.UNITARIO	P.TOTAL	13 ro	14 to	Vacaciones	IESS	Fondos Reserva	Total MES	TOTAL ANUAL
VENDEDOR	1	350	292,00	29,17	26,50	14,58	39,03	0	401,28	4815,30
			307,80	30,74	27,93	15,37	41,14	29,16	452,14	5425,67
			324,45	32,41	29,44	16,20	43,36	31,58	477,45	5729,41
			342,00	34,16	31,04	17,08	45,71	34,21	504,20	6050,44
			360,50	36,01	32,72	18,00	48,18	37,06	532,48	6389,76
							Aporte Patronal	11,15%		
							Inflación	5,41%		
							% Fondos Reserva	8,33%		

Fuente: Tabla del Contador.

Elaboración: La Autora.

f) GASTOS GENERALES.

PRESUPUESTOS DE ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA DE FABRICACION.

Son los gastos que tendrán la empresa para realizar la limpieza en el área de producción tales como: desinfectantes, escobas, trapeadores, franelas entre otros útiles de limpieza, cuyo costo anual es De \$ 42,00 dólares anuales.

CUADRO Nro. 72

ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA DE PRODUCCION			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	VALOR AÑO
Escobas	2	2,00	4,00
Trapeadores	2	2,50	5,00
Desinfectante	2	3,00	6,00
Cestas de Basura	2	2,00	4,00
Recogedores	1	1,50	1,50
Franelas	2	1,00	2,00
Lava	6	2,5	15,00
Esponja de lavar	6	0,75	4,50
TOTAL			42,00

Fuente: Productos de limpieza León.

Elaboración: La Autora.

PROYECCIÓN DE ÚTILES DE LIMPIEZA DE PRODUCCIÓN.

CUADRO Nro. 73

AÑOS	PREYECCIÓN
	5%
1	42,00
2	44,10
3	46,31
4	48,62
5	51,05

Fuente: Cuadro # 72.

Elaboración: La Autora.

PRESUPUESTOS DE ÚTILES DE ASEO DE ADMINISTRACION Y VENTAS.

Son los gastos que tendrán la empresa para realizar la limpieza tales en el área administrativa como: desinfectantes, escobas, trapeadores entre otros, cuyo costo anual es De \$ 46,00 dólares anuales.

CUADRO Nro. 74

ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA ADMINISTRATIVO			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	VALOR AÑO
Escobas	2	2,00	4,00
Trapeadores	2	2,50	5,00
Desinfectante	2	3,00	6,00
Cestas de Basura	2	2,00	4,00
Recogedores	2	1,50	3,00
Fanelas	3	1,00	3,00
Jaboncillos de Tocador	12	0,75	9,00
Toallas de Baño 50cm X 100cm	4	3,00	12,00
TOTAL			46,00

Fuente: Productos de limpieza León.

Elaboración: La Autora.

PROYECCIÓN DE ÚTILES DE LIMPIEZA DE PRODUCCIÓN.

CUADRO Nro. 75

AÑOS	PREYECCIÓN
	5%
1	46,00
2	48,30
3	50,72
4	53,25
5	55,91

Fuente: Cuadro # 74.

Elaboración: La Autora.

g) CAPITAL DE OPERACIÓN.

El capital de operación para el proyecto se ha calculado a un mes tomando en consideración que luego de este periodo la empresa empezará a generar sus propios recursos. El total tiene la siguiente inversión que es de 11.858.58 dólares.

RESUMEN DEL CAPITAL DE OPERACIÓN

CUADRO Nro. 76

DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Materia Prima directa	1433,6	17203,2
Mano de obra directa	839,41	10072,92
SUB TOTAL	2273,01	27276,12
GASTOS GENERALES DE PRODUCCIÓN		
Materiales indirectos	4160	49.920,00
Mano de obra indirecta	1079,62	12.955,48
Servicios básicos	27,2	326,4
Suministros de producción	15,42	185,04
SUB TOTAL	5282,24	63386,92
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS		
Servicios básicos	33,64	403,68
Útiles de oficina	32,4	388,8
Remuneraciones administrativas	2864,04	34368,48
Publicidad	335	4020
Combustible y lubricantes	153	1836
Remuneraciones de ventas	881,65	10579,8
Gastos generales	3,5	42
SUB TOTAL	4303,23	51638,76
TOTAL	11.858,48	142301,80

Fuente: Cuadro del 44 al 48, 50, 56,58, del 60 al 66, 68, 70, 71,72.

Elaboración: La El Autora.

h) IMVERSION DEL PROYECTO.

Las inversiones para la puesta en marcha del proyecto se han agrupado en: Activos fijos, diferidos y capital de operación, cuyo costo total es de 71.334,38 dólares.

CUADRO Nro. 77

RESUMEN DE LA INVERSIÓN	
DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
<u>ACTIVOS FIJOS</u>	
Terreno	\$ 10.500,00
Construcción	\$ 25.000,00
Maquinaria	1604,00
Herramientas	665,00
Muebles y Enceres planta	268,00
Muebles y Enceres de administración y ventas	773,00
Equipo de Computación	2370,00
Equipo de Oficina	168,00
Vehículo	15000,00
Imprevistos 2%	852,46
SUB TOTAL	57.200,46
<u>ACTIVOS DIFERIDOS</u>	
Patentes	400,00
Estudios preliminares	1066,45
Permisos de funcionamiento	250,00
Conformación de la Compañía	125,00
Adecuación e instalaciones	389,40
Imprevistos 2%	44,62
SUB TOTAL	2275,47
<u>CAPITAL DE TRABAJO (1 MES)</u>	
Materia Prima Directa	1433,60
Mano de obra directa	839,41
Materiales indirectos	4160,00
Mano de obra indirecta	1079,72
Servicios básicos	27,20
Suministros de producción	15,42
GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS	
Servicios básicos	33,64
Útiles de oficina	32,56
Remuneraciones administrativas	2864,04
Publicidad	335,00
Combustible y lubricantes	153
Remuneraciones de ventas	881,65
Gastos generales	3,5
SUB TOTAL	11858,78
TOTAL DE LA INVERSION	71.334,38

Fuente: Cuadros # 41, 43, 76.

Elaboración: La Autora.

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN.

El financiamiento de la inversión necesaria para el funcionamiento del proyecto provendrá de dos fuentes: aportes propios de los futuros socios de la empresa y la solicitud de un crédito a una entidad bancaria de la localidad.

El crédito a concederse tendrá un plazo de tres años, con una tasa de interés del 11% anual. El monto solicitado a la Institución Bancaria, Banco Nacional del Fomento es de 49.934,07 dólares que significa el 70% de la inversión total, con el objeto de financiar los activos fijos y parte de los gastos de administración; conforme se puede observar en detalle del siguiente financiamiento.

CUADRO Nro. 78

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN.		
DENOMINACIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Capital Social	21.400,31	30%
Capital Externo	49.934,07	70%
TOTAL:	71.334,38	100%

Fuente: Cuadros # 77.

Elaboración: La Autora.

FUENTES INTERNAS.

Para este proyecto, las fuentes internas están constituidas por capital propio el mismo que es aportado por dos socias, en partes iguales con un monto individual que asciende a 10.700,16 dólares dando un total de 21.400,31 dólares que corresponden al 30% de la inversión requerida.

FUENTES EXTERNAS.

Se basa en un crédito otorgado por la institución financiera (Banco Nacional del Fomento), el cual ofrece créditos empresariales con una tasa de interés del 11% anual, el monto al que asume el préstamo será de 49.934,07 dólares que corresponden al 70% de la inversión.

RUBROS FINANCIADOS POR EL CRÉDITO

CUADRO Nro. 79

DESCRIPCIÓN	VALOR
Gastos de Operación	11.858,78
Parte de los Activos Fijos	38.075,29
TOTAL:	49.934,07

Fuente: Cuadros # 78.
Elaboración: La Autora.

DETALLE DEL FINANCIAMIENTO

CUADRO Nro. 80

DESCRIPCION	APORTE PROPIO	CREDITO	TOTAL
Activos Fijos	19.124,84	38.075,29	57.200,13
Activos Diferidos	2.275,47		2.275,47
Capital de operación		11.858,78	11.858,78
TOTAL:	21.400,31	49.934,07	71.334,38

Fuente: Cuadros # 78.
Elaboración: La Autora.

TABLA DE AMORTAZACIÓN DEL CRÉDITO BANCARIO

CUADRO Nro. 81

Monto	49.934,07
Plazo	3 años
Interés	11,00%
Pago	Mensual

Fuente: Banco Nacional del Fomento.
Elaboración: La Autora.

FORMULA:

$$A = \frac{\text{MONTO DE PRÉSTAMO}}{\text{TIEMPO DE PRÉSTAMO}}$$

$$A = \frac{49.934,07}{36 \text{ MESES (3 AÑOS)}}$$

A= 1387,90 dólares.

CALCULO DEL INTERES ANUAL.

FORMULA:

$$I = C \times I / 36$$

$$I = 49.934,07 \times 11\% / 36$$

$$I = 5492,75 / 36$$

I= 152,58

PAGO DEL DIVIDENDO.

FORMULA:

$$D = C + I$$

$$D = 1387,90 + 152,27$$

D= 1539,63

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO BANCARIO
CUADRO Nro. 82

Plazo	Deuda	Amortización	Interés	Dividendo
1	49934,07	1387,06	152,58	1539,63
2	48547,01	1387,06	148,34	1535,40
3	47159,96	1387,06	144,10	1531,16
4	45772,90	1387,06	139,86	1526,92
5	44385,84	1387,06	135,62	1522,68
6	42998,78	1387,06	131,39	1518,44
7	41611,73	1387,06	127,15	1514,20
8	40224,67	1387,06	122,91	1509,97
9	38837,61	1387,06	118,67	1505,73
10	37450,55	1387,06	114,43	1501,49
11	36063,50	1387,06	110,19	1497,25
12	34676,44	1387,06	105,96	1493,01
13	33289,38	1387,06	101,72	1488,78
14	31902,32	1387,06	97,48	1484,54
15	30515,27	1387,06	93,24	1480,30
16	29128,21	1387,06	89,00	1476,06
17	27741,15	1387,06	84,76	1471,82
18	26354,09	1387,06	80,53	1467,58
19	24967,04	1387,06	76,29	1463,35
20	23579,98	1387,06	72,05	1459,11
21	22192,92	1387,06	67,81	1454,87
22	20805,86	1387,06	63,57	1450,63
23	19418,81	1387,06	59,34	1446,39
24	18031,75	1387,06	55,10	1442,15
25	16644,69	1387,06	50,86	1437,92
26	15257,63	1387,06	46,62	1433,68
27	13870,58	1387,06	42,38	1429,44
28	12483,52	1387,06	38,14	1425,20
29	11096,46	1387,06	33,91	1420,96
30	9709,40	1387,06	29,67	1416,73
31	8322,34	1387,06	25,43	1412,49
32	6935,29	1387,06	21,19	1408,25
33	5548,23	1387,06	16,95	1404,01
34	4161,17	1387,06	12,71	1399,77
35	2774,11	1387,06	8,48	1395,53
36	1387,06	1387,06	4,24	1391,30

Fuente: Banco Nacional del Fomento.

Elaboración: La Autora.

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS.

Los activos diferidos, corresponden a los valores de los costos que la empresa debe hacer antes de entrar a la operación, de manera que garantice su estabilidad.

AMORTIZACION DE ACTIVOS DIFERIDOS.

CUADRO Nro. 83

PERÍODO	VALOR DIFERIDO	AMORTIZACIÓN	VALOR TOTAL
1	2275,47	455,09	1820,38
2	1820,38	455,09	1365,28
3	1365,28	455,09	910,19
4	910,19	455,09	455,09
5	455,09	455,09	0,00
TOTAL			

Fuente: Cuadro # 43.

Elaboración: La Autora.

GASTOS FINANCIEROS.

INTERÉS.

Se refiere al rubro que se paga por el crédito realizado, para el primer año asciende a 1551,19 dólares (estos datos se encuentran detallados en la tabla de amortizaciones cuadro # 82).

PRESUPUESTO DE COSTOS Y ESTABLECIMIENTO DE INGRESOS DEL PROYECTO.

El proceso de producción conlleva una serie de gastos, los cuales están sujetos a variaciones de los procesos en el mercado como consecuencia de la inflación, por tal motivo es necesario realizar el establecimiento de los procesos para proyectar los costos durante la vida útil estimada del proyecto. El presupuesto está distribuido en costo primo, gastos de fabricación, gastos de administración y ventas y gastos financieros.

En cuanto a la proyección está ejecutada con un incremento en los costos de 5% de inflación correspondiente a lo que va del año 2012, cuyo índice fue proporcionado por el (INEC).

El presupuesto para el primer año de operación, alcanza un valor de 149.577, 04 dólares y para el quinto año este presupuesto suma un valor de 179.205,73 dólares.

PRESUPUESTO DE COSTOS DE OPERACIÓN.

CUADRO Nro. 89

PRESUPUESTOS PROFORMADOS O PROYECTADOS					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo Primo					
Materia Prima Directa	17203,2	19053,6	20995,2	23028	24145,92
Mano de Obra Directa	10072,97	11244,15	11806,36	12396,97	13016,51
Total Costo Primos	27276,17	30297,75	32801,56	35424,97	37162,43
Costos generales de Fabricación					
Materiales Indirectos	49920	53040	56160	59280	59904
Mano de Obra Indirecta	12955,48	13603,26	14283,42	14997,59	15747,47
servicios básicos	326,4	342,72	359,86	377,85	396,74
Suministros de producción	185	194,25	203,96	214,16	224,87
Dep. de Maquinaria	160,4	160,4	160,4	160,4	160,4
Dep. de Herramientas	66,5	66,5	66,5	66,5	66,5
Dep. de Muebles y enseres	26,8	26,8	26,8	26,8	26,8
Mantenimiento de equipo de fabricación	50,66	53,19	55,85	58,65	61,58
Total de costo de Fabricación	63691,24	67487,12	71316,79	75181,95	76588,36
Gastos de operación y ventas					
Gastos de Administración y Ventas					
Sueldos y Salarios administrativos	34368,46	36086,88	37891,23	39785,79	41775,08
Servicios básicos	403,68	423,86	445,06	467,31	490,68
Útiles de Oficina	388,8	408,24	428,65	450,08	472,59
Dep. de Muebles y Enseres	77,3	77,3	77,3	77,3	77,3
Dep. de Equipo de Computación	237	237	237	237	237
Dep. de Equipo de Oficina	16,8	16,8	16,8	16,8	16,8
Dep. de Vehículo	1500	1500	1500	1500	1500
Dep de Construcción	1.250	1.2500	1250	1250	1250
Mantenimiento de equipo de administración y ventas	216,22	227,03	238,38	250,3	262,82
Amortización de Activos diferidos	455,09	455,09	455,09	455,09	455,09
Sueldos y Salarios de ventas	10579,78	11108,77	11664,21	12247,42	12859,79
Publicidad	4020	4221	4432,05	4653,65	4886,34
Combustibles y Lubricantes	1836	1927,804	2024,19	2125,4	2231,67
Gastos generales	88,00	92,4	97,02	101,871	106,96455
Total de Gasto de Administración y Venta	56687,13	59282,17	62006,98	64868,01	67872,12
Gastos financieros					
Interés por Préstamo	1551,19	940,89	330,58	0	0
Total de gastos Financieros	1551,19	940,89	330,58	0	0
Total Costos de operación	58238,32	60223,06	62337,56	64868,01	67872,12
Costo total de producción	149.205,73	158.007,93	166.455,91	175.474,93	181.622,91

Fuente: Cuadro #45 al 49, 51 al 58, 60 al 69, 70 al 75.

Elaboración: La Autora.

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN.

Para calcular los costos unitarios de producción se aplica la siguiente formula.

$$\text{Costo unitario de producción} = \frac{\text{Costo total de producción}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

CUADRO Nro. 90

COSTO UNITARIO DE PRODUCCION			
Años	Costo	# Unidades Producidas	Costo Unidad Producción
1	149205,73	1386048	0,11
2	158007,93	1472676	0,11
3	166455,91	1559304	0,11
4	175474,93	1645932	0,11
5	181622,91	1663258	0,11

Fuente: Cuadro # 30, 89.

Elaboración: La Autora.

ESTABLECIMIENTO DE PRECIOS.

Se determinó el precio considerando primeramente el costo de producción, más un margen de utilidad que en este será del 46%.

FORMULA:

$$\text{PRECIO} = \text{COSTO} + \text{MARGEN DE UTILIDAD.}$$

Estos cálculos nos indican el precio unitario de cada uno de los productos para el primer año y para los demás años de vida útil del proyecto como se indica en el siguiente cuadro:

CUADRO Nro. 91

DETERMINACION DE PRECIO DE VENTA AL PUBLICO			
Años	COSTO UNIDAD PRODUCIDA	MARGEN UTILIDAD	Precio VENTA PUBLICO
1	0,11	45,00	0,16
2	0,11	45,00	0,16
3	0,11	46,00	0,16
4	0,11	47,00	0,16
5	0,11	47,00	0,16

Fuente: Cuadro # 90.

Elaboración: La Autora.

INGRESO POR VENTAS.

Para sacar el ingreso de los productos se multiplico el precio a distribuir por el número de unidades producidas, obteniendo los siguientes ingresos anuales.

CUADRO Nro. 92

INGRESO POR VENTAS			
Años	# Unidades Producidas	Precio de Venta al Publico	ingreso por ventas
1	1386048	0,16	216.348,31
2	1472676	0,16	229.111,50
3	1559304	0,16	243.025,63
4	1645932	0,16	257.948,15
5	1663258	0,16	266.985,68

Fuente: Cuadro # 90, 91.

Elaboración: La Autora.

COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES.

COSTOS FIJOS.- Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo completo de producción. Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen.

COSTOS VARIABLES.- Son aquellos que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción.

El cálculo de los costos permitirá realizar la presentación del punto de equilibrio para el primer año, en función a las ventas y a la capacidad instalada.

Según el cálculo realizado de costos fijos y costos variables los valores obtenidos para el primer año son costo fijo 69.569,47 dólares y costo variables 79.636,23 dólares. Se describe en el siguiente cuadro.

CUADRO Nro. 93
COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Clasificación de los costos AÑO 1			
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	COSTOS FIJOS	COSTOS VAR.
Costo Primo			
Materia Prima Directa	17203,20		17203,20
Mano de Obra Directa	10072,97		10072,97
Total Costo Primos	27276,17		
Costos generales de Fabricación			
Materiales Indirectos	49920,00		49920,00
Mano de Obra Indirecta	12955,48	12955,48	
Agua	326,40		326,40
Útiles de Aseo	185,00		185,00
Dep. de Maquinaria	160,40	160,40	
Dep. de Herramientas	66,50	66,50	
Dep. de Muebles y Enseres	26,80	26,80	
Mantenimiento Equipo de Fabricacion	50,66		50,66
Total de costo de Fabricación	63691,24		
Gastos de operación			
Gastos de Administración y Ventas			
Sueldos y Salarios	34368,46	34368,46	
Servicios basicos	403,68	403,68	
Útiles de Oficina	388,80	388,80	
Dep. de Muebles y Enseres	77,30	77,30	
Dep. de Equipo de Computación	237,00	237,00	
Dep. de Equipo de Oficina	16,80	16,80	
Amortización de Activos diferidos	455,09	455,09	
Sueldos y Salarios	10579,78	10579,78	
Publicidad	4020,00	4020,00	
Mantenimiento de Equipo administracion	216,22	216,22	
Combustibles y Lubricantes	1836,00		1836,00
Dep. de Vehículo	1500,00	1500,00	
Dep. Construcciones	2500,00	2500,00	
Utiles de aseo fabricacion	42,00		42,00
Utiles de aseo administraci'on y ventas	46,00	46,00	
Total de Gasto de Administración y Ventas	56687,13		
Gastos financieros			
Interés por Préstamo	1551,16	1551,16	
Total de gastos Financieros	1551,16		
Total Costos de operación	58238,29		
Costo total de producción	149205,70	69569,47	79636,23

Clasificación de los costos AÑO 5			
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	COSTOS FIJOS	COSTOS VAR.
Costo Primo			
Materia Prima Directa	24145,92		24145,92
Mano de Obra Directa	13016,51		13016,51
Total Costo Primos	37162,43		
Costos generales de Fabricación			
Materiales Indirectos	59904,00		59904,00
Mano de Obra Indirecta	15747,47	15747,47	
Agua	396,74		396,74
Útiles de Aseo	224,87		224,87
Dep. de Maquinaria	160,40	160,40	
Dep. de Herramientas	66,50	66,50	
Dep. de Muebles y Enseres	26,80	26,80	
Mantenimiento Equipo de Fabricacion	61,58		61,58
Total de costo de Fabricación	76588,36		
Gastos de operación			
Gastos de Administración y Ventas			
Sueldos y Salarios	41775,08	41775,08	
Servicios basicos	490,68	490,68	
Útiles de Oficina	472,59	472,59	
Dep. de Muebles y Enseres	77,30	77,30	
Dep. de Equipo de Computación	237,00	237,00	
Dep. de Equipo de Oficina	16,80	16,80	
Amortización de Activos diferidos	455,09	455,09	
Sueldos y Salarios Ventas	12859,79	12859,79	
Publicidad	4886,34	4886,34	
Mantenimiento de Equipo administracion	262,82	262,82	
Combustibles y Lubricantes	2231,67		2231,67
Dep. de Vehículo	1500,00	1500,00	
Dep. Construcciones	2500,00	2500,00	
Utiles de aseo fabricacion	51,05		51,05
Utiles de aseo administraci'on y ventas	55,91	55,91	
Total de Gasto de Administración y Ventas	67872,12		
Gastos financieros			
Interés por Préstamo	0,00	0,00	
Total de gastos Financieros	0,00		
Total Costos de operación	67872,12		
Costo total de producción	181622,91	81590,57	100032,34

COSTOS FIJOS Y VARIABLES TOTALES EN UN AÑO

GRAFICO Nro.94

Egresos totales año 1		
COSTOS	FIJOS	VARIABLES
Costo de Producción	13209,18	77758,23
Gastos Administrativos	44229,35	1878
Gastos de Venta	10579,78	0
Gastos Financieros	1551,16	0
TOTAL:	69569,47	79636,23

Fuente: Cuadro # 89.

Elaboración: La Autora.

COSTOS FIJOS Y VARIABLES TOTALES EN CINCO AÑOS

GRAFICO Nro.95

Egresos totales año 5		
COSTOS	FIJOS	VARIABLES
Costo de Producción	16001,17	97749,62
Gastos Administrativos	52729,71	2282,72
Gastos de Venta	12859,79	0
Gastos Financieros		0
TOTAL:	81590,67	100032,34

Fuente: Cuadro # 89.
Elaboración: La Autora.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

El estado de pérdidas y ganancias llamado también estado de resultados nos demuestra cual es la utilidad o pérdida obtenida durante un período económico, resultados que sirven para obtener mediante un análisis, conclusiones que permiten conocer cómo se desenvuelven la empresa y hacer previsiones para el futuro.

A continuación en el presente cuadro se detalla el estado de pérdidas y ganancias del presente proyecto, en el cual las utilidades netas para el primer año son de 5.676,47 dólares y para el último año son 11.150,29 de dólares.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

CUADRO Nro. 94

DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingreso por ventas	216.348,31	229.111,50	243.025,63	257.948,15	266.985,68
Costos de Producción	149.205,73	158.007,93	166.455,91	175.474,93	181.622,91
Utilidad Bruta	67.142,58	71.103,57	76.569,72	82.473,22	85.362,77
Costos de Operación	58.238,32	60.223,06	62.337,56	64.868,01	67.872,12
Utilidad Neta	8.904,26	10.880,51	14.232,16	17.605,21	17.490,65
15% utilidad a trabajadores	1.335,64	1.632,08	2.134,82	2.640,78	2.623,60
Utilidad antes de Imp. a la renta	7.568,62	9.248,43	12.097,34	14.964,43	14.867,05
25% Impuesto a la renta	1.892,16	2.312,11	3.024,33	3.741,11	3.716,76
Utilidad líquida del ejercicio	5.676,47	6.936,33	9.073,00	11.223,32	11.150,29

Fuente: Cuadros # 89, 92.

Elaboración: La Autora

FUENTES DE USO Y DE FONDO.

CUADRO Nro. 95

FUENTES Y USOS DE FONDOS	
FUENTES (A)	
CAPITAL	
APORTE DE SOCIOS	21400,31
CREDITO	49934,07
TOTAL	71334,38
USOS (B)	
ACTIVOS FIJOS	57200,07
ACTIVOS DIFERIDOS	2275,53
CAPITAL DE TRABAJO	11858,78
TOTAL	71334,38
BALANCE	
A-B	0,00

Fuente: Cuadro # 77,78.

Elaboración: La Autora

PUNTO DE EQUILIBRIO.

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado también punto muerto, porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias.

Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto equilibrio, cuyo significado es que no existen utilidades ni pérdidas.

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL PRIMER AÑO.

a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{venta Total} - \text{Costo Variable}} \times 100$$

$$PE = \frac{69.569,47}{215462,48 - 79.636,23} \times 100$$

$$PE = \frac{69.569,47}{135.826,25} \times 100$$

$$PE = 0,51 \times 100$$

$$PE = 51 \%$$

Significa que la empresa tendrá su punto de equilibrio con 108.858,40 dólares, de su capacidad instalada.

Lo que representa que la empresa deberá trabajar con el 50% de su capacidad instalada para que los ingresos provenientes de las ventas permitan cubrir los costos.

b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Venta Total}}}$$

$$PE = \frac{69.569,47}{1 - \frac{79.636,23}{215462,48}}$$

$$PE = \frac{69.569,47}{1 - 0,36960602}$$

$$PE = \frac{69.569,47}{0,6303}$$

$$PE = 110.375,17$$

Esto significa que cuando las ventas superen los 110.375,17 dólares, la empresa obtendrá su punto de equilibrio.

c. EN FUNCION A LAS UNIDADES PRODUCIDAS

$$Cvu = \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Unidades Producidas}}$$

$$Cvu = \frac{79.636,23}{1'386.048}$$

$$Cvu = 0,06 \text{ Dólares}$$

$$PE = \frac{\text{costos fijos}}{Pvu - Cvu}$$

$$PE = \frac{69.569,47}{0,16 - 0,06}$$

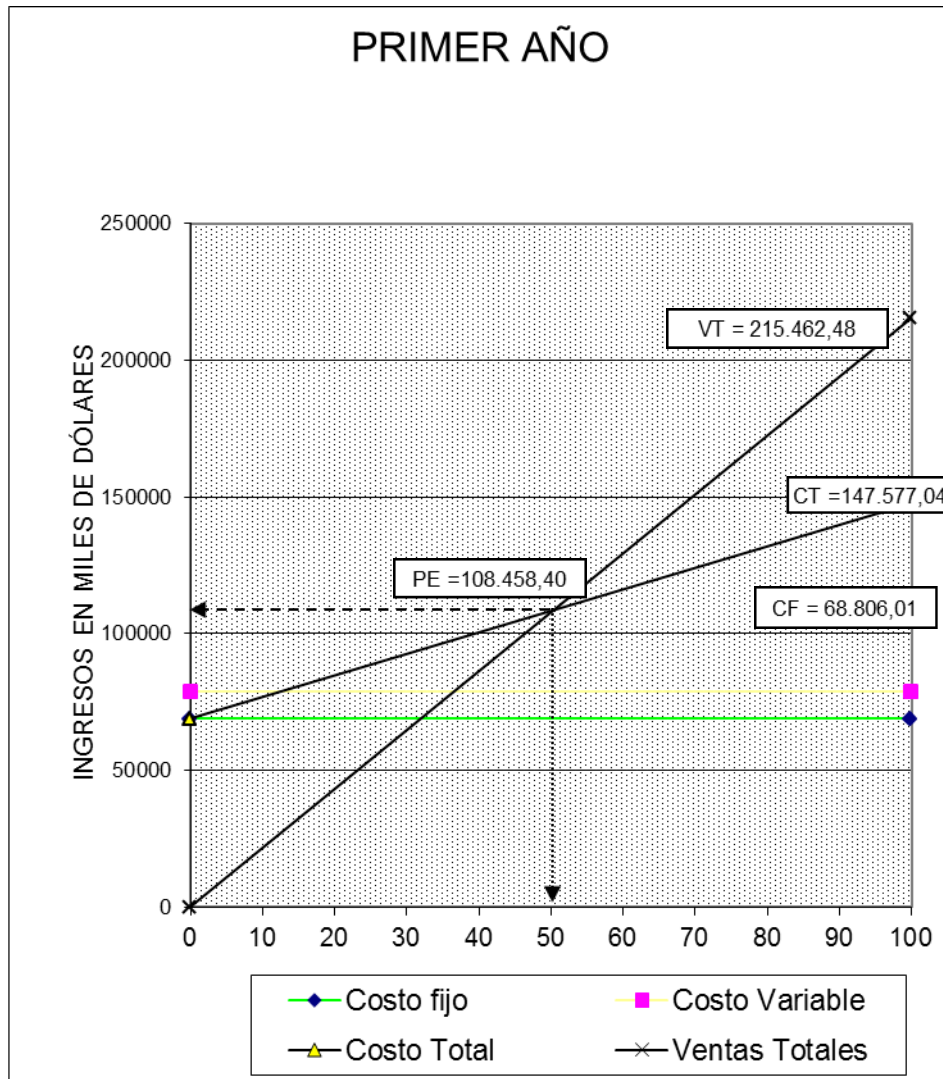
$$PE = \frac{69.569,47}{0,10}$$

$$PE = 695.694,70$$

**GRÁFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN A LAS VENTAS Y
A LA CAPACIDAD INSTALADA.**

Eje de x	0	100
Costo fijo	69569,47	69569,47
Costo Variable	79636,23	79636,23
Costo Total	69569,47	149205,7
Ventas Totales	0	215462,48

GRAFICO N° 18 PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA



ELABORACION: La Autora

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL QUINTO AÑO.

a. PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{venta Total} - \text{Costo Variable}} \times 100$$

$$PE = \frac{81590,57}{262584,30 - 100032,34} \times 100$$

$$PE = \frac{81590,57}{162.551,26} \times 100$$

$$PE = 0,50 \times 100$$

$$PE = 50 \%$$

Lo que representa que la empresa deberá trabajar con el 50% de su capacidad Instalada para que los ingresos provenientes de las ventas permitan cubrir los costos.

b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Venta Total}}}$$

$$PE = \frac{81590,57}{1 - \frac{100.032,34}{262584,30}}$$

$$PE = \frac{80836,11}{1 - 0,3809}$$

$$PE = \frac{81590,57}{0,619}$$

$$PE = 131.810,29$$

Esto significa que cuando las ventas superen los 131.810,29 dólares, la empresa obtendrá su punto de equilibrio.

c. EN FUNCION A LAS UNIDADES PRODUCIDAS

$$Cvu = \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Unidades Producidas}}$$

$$Cvu = \frac{100.032,34}{1'663.257,60}$$

$$Cvu = 0,06 \text{ Dólares}$$

$$PE = \frac{\text{costos fijos}}{Pvu - Cvu}$$

$$PE = \frac{81590,57}{0,16 - 0,06}$$

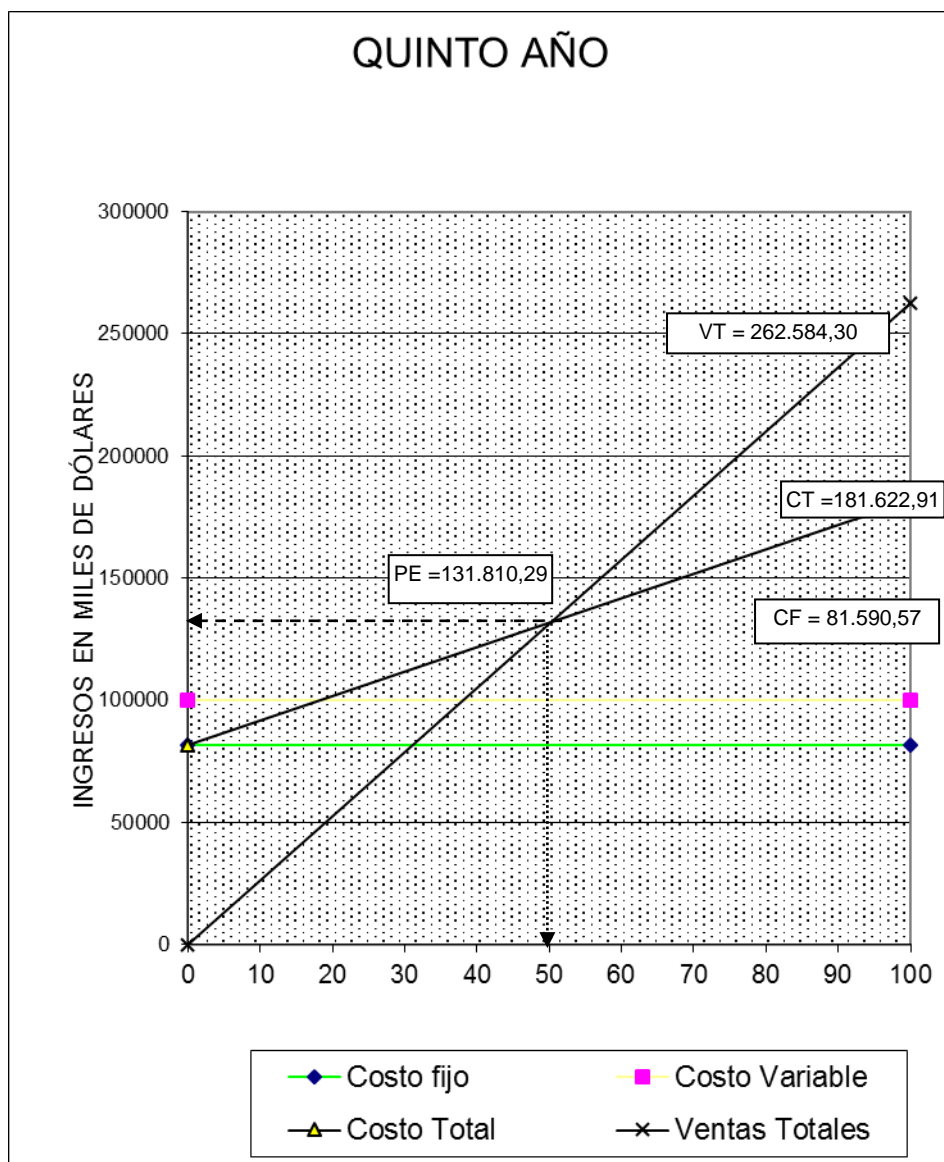
$$PE = \frac{81590,57}{0,10}$$

$$PE = 815.905,7$$

GRÁFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN A LAS VENTAS Y A LA CAPACIDAD INSTALADA.

Eje de x	0	100
Costo fijo	81590,57	81590,57
Costo Variable	100032,3	100032,34
Costo Total	81590,57	181622,91
Ventas Totales	0	262.544,3

GRAFICO Nº 20
PUNTO DE EQUILIBRIO
EN FUNCION DE LAS VENTAS Y
CAPACIDAD INSTALADA



EVALUACION FINANCIERA.

Es la obtención de los valores actuales de los ingresos y gastos para luego proyectarlos a futuro, para determinar si el proyecto es factible o no, se fundamenta en los criterios más utilizados como son: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Análisis de Sensibilidad, así como se determina además el Período de Recuperación de la Inversión y la Relación Beneficio-Costo.

FLUJO DE CAJA.

Representa el movimiento de los ingresos y egresos en efectivo durante la vida útil del proyecto, a través de esta relación se conoce el flujo neto del efectivo con el que la empresa contará durante el proceso productivo.

Su principal objetivo es determinar los saldos de caja que resultan de la diferencia entre las fuentes de ingresos y el uso de los mismos. De acuerdo con la magnitud de los saldos que existan se podrán determinar la liquidez que tendrá el proyecto, mientras mayor sea, significa que la empresa es sólida financieramente.

En cuanto al saldo de flujo de caja para el primer año es de 44.396,90 posteriormente en el siguiente cuadro se describe cada uno de los saldos.

CUADRO Nro. 96

FLUJO DE CAJA

DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ventas		216.348,31	229.111,50	243.025,63	257.948,15	266.985,68
Crédito Banco de Loja	49.934,07					
Capital propio	21.400,31					
Valor de rescate				798,26		1878,72
Total de ingresos	71.334,38	216.348,31	229.111,50	243.823,89	257.948,15	268.864,50
EGRESOS						
Activo Fijo	57.200,13					
Activo Diferido	2.275,47					
Activo Circulante	11.858,78					
Presupuesto de operación		149.205,73	158.007,93	166.455,91	175.474,93	181.622,91
Depreciación y Amortización		4.701,77	4.701,77	4.701,77	4.701,77	4.701,77
15% Utilidad a los trabajadores		6.444,33	6.949,90	7.399,49	7.910,73	8.459,21
25% Impuesto a la Renta		9.129,47	9.845,69	10.482,62	11.206,87	11.983,89
Amortización de Capital		5.000,00	5.000,00			
Total de egresos	71.334,38	165.077,76	175.101,75	179.636,25	189.890,76	197.364,24
FLUJO DE CAJA	0,00	51.270,55	54.009,75	64.187,64	68.057,39	69.621,44

Elaboración: La Autora

F.5.2 VALOR ACTUAL NETO (VAN).

Permite determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto, esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizarán en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto.

CRITERIOS DE DECISIÓN.

- ⇒ Si el VAN es mayor a uno, significa que el proyecto es rentable.
- ⇒ Si el VAN es menor a uno, significa que el proyecto no es rentable.
- ⇒ Si el VAN es igual a uno significa que queda a criterio del inversionista.

Para calcular el VAN, se debe tomar en consideración los siguientes datos:

DATOS:

- ✓ CREDITO= 49.934,07
- ✓ CAPITAL PROPIO= 21.400,31
- ✓ TOTAL DE LA INVERSION= 71.334,38
- ✓ TASA ACTIVA (PRESTAMO)= 12%

VALOR ACTUAL NETO (VAN).

CUADRO Nro. 97

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUALIZADO
		12%	
0	71.334,38		
1	51.270,55	0,892857	45.777,28
2	54.009,75	0,797194	43.056,24
3	64.187,64	0,711780	45.687,50
4	68.057,39	0,635518	43.251,70
5	69.621,44	0,567427	39.505,08
		SUMA	217.277,80
			71.334,38
TOTAL			145.943,42

Fuente: Cuadro # 96.

Elaboración: La Autora.

$$\text{VAN} = \Sigma \text{VA} - \text{INVERSIÓN}$$

$$\text{VAN} = 217.277,80 - 71.334,38$$

$$\text{VAN} = 145.943,42$$

Como podemos observar en el presente cuadro el VAN obtenido es mayor a uno lo que significa que se va a obtener un resultado óptimo con respecto a la tasa de oportunidad, por lo que se demuestra que el inversionista puede invertir en el proyecto, ya que ofrece responsabilidad.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).

La tasa interna de retorno se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada.

La Tasa Interna de Retorno, utilizada como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto toma como referencia lo siguiente.

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

Para el cálculo de la TIR se utiliza la siguiente formula:

VAN MENOR

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

VAN MENOR – VAN MAYOR

CUADRO Nro. 98

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		73,50%		74,00%	
0	-71.334,38		-71.334,38		71.334,38
1	51.270,55	0,576369	29.550,75	0,574713	29.465,84
2	54.009,75	0,332201	17.942,10	0,330295	17.839,13
3	64.187,64	0,191470	12.290,03	0,189824	12.184,39
4	68.057,39	0,110358	7.510,65	0,109095	7.424,69
5	69.621,44	0,063607	4.428,39	0,062698	4.365,13
			387,54		55,21

Fuente: Cuadro # 96.

Elaboración: La Autora.

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

$$TIR = 73,5 + 0,5 \left(\frac{387,54}{387,54 - 55,21} \right)$$

TIR = 74%

Según el análisis de la TIR proyecto que es de 74 %, mayor que el costo de oportunidad que es de 12%, el proyecto se acepta, ya que existe un mayor nivel de rentabilidad al invertir en la empresa.

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL.

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

Se utiliza para su cálculo la siguiente fórmula:

$$PRC = \text{año que supere inversión} + \frac{\text{Inversión - E Primeros Flujos}}{\text{Flujo neto del año que supera la inversión}}$$

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

CUADRO Nro. 99

AÑOS	INVERSION	FLUJO NETO
0	71.334,38	
1		51.270,55
2		54.009,75
3		64.187,64
4		68.057,39
5		69.621,44
TOTAL		307.146,79

ELABORACIÓN: La Autora

$$\text{P.R.C.} = \frac{\text{SUMATORIA DEL FLUJO NETO} - \text{INVERSIÓN}}{\text{FLUJO AÑO QUE SUP. INV. (Último año)}}$$

$$\text{P.R.C.} = \frac{307.146,79 - 71.334,38}{68.057,39}$$

$$\text{P.R.C.} = 3,46 \text{ Años}$$

$$0,46 \times 12 = 5,52 \text{ meses}$$

$$0,52 \times 30 = 15,6 \text{ días}$$

La inversión se recuperará en 3 años, 5 mes y 15 días

El periodo de recuperación del capital es de 3 años, 5 meses, 15 días y cero horas, como se lo demuestra en el cuadro anterior.

RELACION BENEFICIO COSTO.

Mide el rendimiento que se obtiene por la inversión realizada permite decidir si el proyecto se acepta o no en base al siguiente criterio.

Si la relación es igual a 1 el proyecto es indiferente

Si la relación es mayor a 1 el proyecto es rentable

Si la relación es menor a 1 el proyecto no es indiferente

Para el cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

$$RBC = \left(\frac{E \text{ INGRESOS ACTUALIZADOS}}{E \text{ COSTOS ACTUALIZADOS}} \right) - 1$$

REALCIÓN BENEFICIO COSTO.

CUADRO Nro. 100

AÑOS	ACTUALIZACION COSTO TOTAL			ACTUALIZACION INGRESOS		
	COSTO TOTAL ORIG.	FACTOR ACT.	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACT.	INGRESO ACTUALIZADO
		12%			12%	
1	149.205,73	0,892857	133.219,40	216.348,31	0,892857	193.168,13
2	158.007,93	0,797194	125.962,95	229.111,50	0,797194	182.646,29
3	166.455,91	0,711780	118.480,03	243.025,63	0,711780	172.980,84
4	175.474,93	0,635518	111.517,49	257.948,15	0,635518	163.930,71
5	181.622,91	0,567427	103.057,72	266.985,68	0,567427	151.494,84
			592.237,59			864.220,82

Fuente: Cuadro # 89, 92.

Elaboración: El Autor.

	INGRESO		
	ACTUALIZADO	864.220,82	
RELACION	-----	-----	
BENEFICIO COSTO =	=	=	1,46
	COSTO ACTUALIZADO	592.237,59	

El cálculo realizado para el proyecto determina una relación beneficio costo de 1,46 centavos; lo que significa que el beneficio que se tendrá es de 0,46 centavos de dólar, por cada dólar invertido.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

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

El criterio de sensibilidad es el siguiente:

Si el coeficiente es igual a 1 no hay efectos sobre el proyecto.

Si el coeficiente es menor a 1 el proyecto es sensible.

Si el coeficiente es menor a 1 entonces se interpreta que el proyecto es factible hasta el porcentaje aplicado para los cálculos.

El análisis de sensibilidad para el proyecto se presentara en los siguientes cuadros.

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN\ Menor}{VAN\ Menor - VAN\ Mayor} \right)$$

CUADRO N° 101

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 8 % EN LOS COSTOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		8,00%			45,00%		45,50%	
						-71.334,38		71.334,38
1	149.205,73	161.142,19	195.795,22	34.653,03	0,68966	23.898,64	0,68729	23.816,52
2	158.007,93	170.648,56	207.345,91	36.697,34	0,47562	17.454,15	0,47236	17.334,39
3	166.455,91	179.772,38	219.938,20	40.165,81	0,32802	13.175,06	0,32465	13.039,70
4	175.474,93	189.512,92	233.443,08	43.930,15	0,22622	9.937,81	0,22312	9.801,91
5	181.622,91	196.152,74	241.622,04	45.469,30	0,15601	7.093,79	0,15335	6.972,74
						225,07		369,12

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

$$NTIR = 31 + 0,5 \left(\frac{225,07}{225,07 + 369,12} \right)$$

NTIR = 45,19%

TIR DEL PROYECTO = 74,00%

1) DIFERENCIA DE TIR

Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif.Tir.= **28,81%**

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100

% Var. = **38,93%**

3) SENSIBILIDAD

Sensibilidad. = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad = **0,8615575**

CUADRO Nº 102

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 6 % EN LOS INGRESOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			6,00%		45,00%		45,50%	
						-71.334,38		71.334,38
1	149.205,73	195.795,22	184.047,51	34.841,78	0,6897	24.028,81	0,6873	23.946,24
2	158.007,93	207.345,91	194.905,15	36.897,22	0,4756	17.549,21	0,4724	17.428,81
3	166.455,91	219.938,20	206.741,90	40.285,99	0,3280	13.214,48	0,3246	13.078,72
4	175.474,93	233.443,08	219.436,49	43.961,56	0,2262	9.944,92	0,2231	9.808,92
5	181.622,91	241.622,04	227.124,72	45.501,81	0,1560	7.098,86	0,1534	6.977,72
						501,90		93,98

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

$$NTIR = 30 + 0,5 \left(\frac{501,90}{\dots} \right) + 93,98$$

NTIR =	45,42%
--------	--------

TIR DEL PROYECTO =	74,00%
--------------------	--------

1) DIFERENCIA DE TIR
 Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir
 Dif.Tir.= **28,58%**

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN
 % Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100
 % Var. = **38,62%**

3) SENSIBILIDAD
 Sensib. = % Var./ Nueva Tir
 Sensibilidad = **0,8502664**

h. CONCLUSIONES

Al finalizar la presente investigación se establecen las siguientes conclusiones:

- De acuerdo al estudio de mercado realizado en la Ciudad de Loja, se determinó que el 58,08% de la población, que corresponden a 19.645 Familias, son posibles demandantes, con un promedio de consumo de 8.545.469 unidades de cubos de café anuales, de las cuales la empresa cubrirá 16%, porcentaje que representa 1.386.048 cubos de café anuales para el primer año.
- De acuerdo al presupuesto de costos de producción, se establece una cantidad de 149.205,73 dólares; con unos ingresos de 216.348,31 dólares, con utilidad de 67.142,58 y un margen de utilidad de 45%; con un precio de distribución de 0,16 centavos la unidad de cubo de café, es decir el costo de la caja de 24 unidades es de 3,84 dólares para el primer año de producción.
- El punto de equilibrio para el primer año es de 50% con un ingreso de 108.458,40 dólares.
- El análisis financiero determina que el Valor Actual Neto es de 145.943,42 dólares, obteniendo un resultado positivo por sobre la tasa propuesta del 12%.
- La Tasa Interna de Retorno es de 74%, muy superior al costo de oportunidad del capital, lo que demuestra la rentabilidad del proyecto.

- La Relación Beneficio Costo es de 1,46 dólares, lo que significa que por cada dólar invertido la empresa tendrá 0,46 centavos de utilidad.

- El Periodo de Recuperación de Capital es de 3 años, 3 meses, 15 días.

- El proyecto soporta un análisis de sensibilidad, con un incremento en los costos de 8% y en los ingresos una disminución de 6% lo que indica que el proyecto es factible.

i. RECOMENDACIONES

Después de haber planteado las respectivas conclusiones, se puede recomendar lo siguiente:

- ❖ El presente proyecto de inversión, se pone a disposición para pequeños y medianos inversionistas, ya que este genera significativos beneficios, tanto económicos como sociales, así como apoyará al desarrollo de la Región Sur del País.
- ❖ Al momento de poner en ejecución el presente proyecto, será necesario considerar aspectos como tasa de interés e incrementos salariales vigentes, todo ello con el propósito de evitar posibles inconvenientes.
- ❖ Para que el proyecto se mantenga viable, se deberá realizar fuertes campañas publicitarias, con la intención de dar a conocer los productos ofrecidos, con el objetivo de posicionarse más en el mercado y con ello obtener mejores réditos económicos, que le ayudarán a la microempresa a crecer.
- ❖ Que la participación de las utilidades de los socios, sea a partir de los tres años.
- ❖ Que las utilidades sean recapitalizadas para dar una mayor sostenibilidad a la empresa.
- ❖ La población de la Ciudad de Loja, debe enfocarse en cuidar principalmente su salud consumiendo productos orgánicos, sin

conservantes, colorantes ni aditivos, que contengan los respectivos nutrientes y proteínas y elaborados bajo estrictas normas de higiene.

j. BIBLIOGRAFÍA

- IX Modulo de la Universidad Nacional de Loja. **ELABORACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN.**
- BALBUCA, William y Benítez Edison 2000. **MANUAL PRACTICO PARA EL DESARROLLO DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN.**
- X Modulo de la Universidad Nacional de Loja. **CICLO DE TITULACIÓN.**
- PASCADA MORA, Manuel 2004. **“FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN”**, Loja. Ecuador, pág. 1-64.
- SAPAG PUELMA, José Manuel, **EVALUACIÓN DE PROYECTOS, GUÍA DE EJERCICIOS, PROBLEMAS Y SOLUCIONES.**
- ROSEMBERG, J.M. 1988. **DICCIONARIO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS.** Centrum Barcelona España
- IULA – CELCADEL 1989, **“MANUAL DE ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS DE DESARROLLO LOCAL”** Ecuador.

PAGINAS WEB:

- ✚ [http://es.wikipedia.org/wiki/Efectos_del_caf%C3%A9_en_la_salud.](http://es.wikipedia.org/wiki/Efectos_del_caf%C3%A9_en_la_salud)
- ✚ [http://www.puntovital.cl/alimentacion/sana/nutricion/cafe.htm.](http://www.puntovital.cl/alimentacion/sana/nutricion/cafe.htm)
- ✚ http://organicoop.blogspot.com/2007/08/bondades-del-consumo-de-cafe_11.html
- ✚ http://www.sigojoven.com/grupos/salud_ysexo/articulo/ventajas_y_desventajas_del_consumo_de_cafe..
- ✚ <http://www.productosaipsacol.com.co/2011/04/03/beneficios-de-la-panela/>
- ✚ http://www.fedepanela.org.co/index.php?option=com_content&view=article&id=55:propiedades&catid=58:articulos&Itemid=68
- ✚ [http://www.guiadelcafe.com/vincentas-business-posiciona-el-cafe-con-panela-en-eeuu/.](http://www.guiadelcafe.com/vincentas-business-posiciona-el-cafe-con-panela-en-eeuu/)

k. ANEXO

Anexo #1

ANTEPROYECTO DE TESIS

1. TITULO.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CUBOS DE CAFÉ GOURMET INSTANTANEO ENDULZADOS CON PANELA ORGÁNICA EN LA CIUDAD DE LOJA.

2. PROBLEMÁTICA.

Una sociedad globalizada nos conduce a enfrentar fuertes cambios sociales, tecnológicos, científicos, culturales, debido a esto las empresas ecuatorianas se ven en la necesidad de realizar permanentemente un monitoreo y seguimiento de sus mercados, ya que estos cambian constantemente sus preferencias, hábitos de consumo y de compra por lo cual es de suma importancia estar al tanto de estos cambios para ajustar los productos y/o servicios a dichos mercados.

Nuestra ciudad también se encuentra afectada hoy en día por estos cambios, de acuerdo al estilo de vida moderno en el que nos desenvolvemos, esto nos ha obligado a adoptar nuevos hábitos de consumo, como el del café que es consumido en gran cantidad por su sabor, aroma, efectos antioxidantes, estimulantes y aportan gran energía y vitalidad, considerado un producto ideal para ejecutivos, viajeros, amas de casa, estudiantes, mayores que desean degustar de una excelente taza de café en la mañana o durante las horas de trabajo.

Es importante conocer los problemas que enmarcan a las empresas de nuestra ciudad y país, al no tener un desarrollo sostenible, eficiente y adecuado en la elaboración y evaluación de proyectos de inversión el

mismo que no permite tener una amplia visión del entorno empresarial en el cual estamos sumergidos y no permite la creación de empresas que a futuro se desarrollen con gran éxito.

De lo anteriormente dicho hemos podido notar que estas empresas no realizan estudios de mercado, respecto al producto, precio, plaza y promoción, lo cual no les permite conocer con exactitud la acogida y aceptación del producto en el mercado, conocer su competencia, las preferencias de consumo y por lo tanto cuál sería la oferta y demanda.

En relación al estudio técnico puedo mencionar que los análisis minuciosos que realizan estas empresas no les ha permitido plantear una distribución adecuada del tamaño, localización, espacios físicos, proceso productivo, recursos a utilizar, de la empresa, lo que ocasiona que no se pueda aprovechar al máximo los recursos y ahorrar tiempo en la producción.

En lo referente a la Organización Legal y administrativa, estas instituciones cuentan con estructura legal, con permisos de funcionamiento, además del cumplimiento de los requisitos legales que les permiten operar sin inconvenientes en el mercado, en cuanto a su estructura administrativa estas no cuentan con organigramas que sirvan de guía a los clientes para que puedan acceder con facilidad a cada uno de sus departamentos, no se orienta en describir los puestos de trabajo con las debidas especificaciones, manuales de funciones, manuales de bienvenida, que permiten que el talento humano que presta sus servicios tenga una visión clara de los objetivos a cumplir conociendo su dependencia dentro de la empresa, y su ubicación en los niveles jerárquicos.

Por otra parte la deficiencia de los recursos financieros, para apoyar procesos de innovación por lo general es bastante crítico debido a la limitada aplicación de estudios financieros que permita conocer el monto total de ingresos, gastos y la ganancia líquida, para poder determinar y conocer si sus acciones están generando el objetivo social y económico que se espera obtener.

En este aspecto las evaluaciones financieras que son parte del estudio financiero no son realizadas adecuadamente por las empresas, lo que ocasiona que no se conozca con exactitud la factibilidad de estos proyectos de inversión arriesgándose a estar sujetos a pérdidas, también no pueden conocer el monto del beneficio por los productos vendidos y el riesgo que podrían correr ante un aumento o disminución de sus costos e ingresos.

Por este motivo he creído conveniente **“LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CUBOS DE CAFÉ GOURMET INSTANTANEO ENDULZADOS CON PANELA ORGÁNICA EN LA CIUDAD DE LOJA”** el cual nos ayudará a fomentar el desarrollo empresarial que dará oportunidad a mayor mano de obra por medio de la creación de fuentes de trabajo las mismas que aquejan a muchas personas a nivel local y nacional.

3. JUSTIFICACIÓN

Justificación Académica:

La formación de profesionales de la Universidad Nacional de Loja, se centra en aliviar responsablemente los problemas que se presentan en el entorno en el que nos desenvolvemos, a través de un análisis de propuestas coherentes que demuestren los conocimientos adquiridos durante la formación recibida y sobre todo las prácticas profesionales del perfil, es así que el presente tema denominado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CUBOS DE CAFÉ GOURMET INSTANTANEO ENDULZADOS CON PANELA ORGANICA EN LA CIUDAD DE LOJA”**, permitirá evidenciar la aplicación de los conocimientos proponiendo nuevas ideas para aliviar los problemas que se presentan en el nuestro entorno social para el cual el profesional se formó durante su vida académica.

Justificación Social:

El presente proyecto busca contribuir al desarrollo social, cultural, educativo, económico de la Ciudad de Loja *de manera que la sociedad siga creciendo y renovándose a través de nuestra ayuda* mediante la implementación de una

empresa productora y comercializadora de cubos de café gourmet endulzados con panela orgánica, y a su vez generar nuevas fuentes de trabajo, contribuyendo con el desarrollo para la sociedad ofreciendo un nuevo concepto de producto dándole un valor agregado al café que genere un beneficio social, mejore la calidad de vida de la población y fomente la preservación y cuidado del medio ambiente ya que el producto se elabora artesanalmente.

Justificación Económica:

A través del desarrollo del presente proyecto que será una guía de investigación, pretende dar a conocer la rentabilidad económica que tendrá la creación de esta empresa productora y comercializadora de cubos de café, ya que el café ocupa un sector significativo dentro de la economía nacional, además brinda a la comunidad una propuesta empresarial que busca mejorar la economía local, al pretender atraer la inversión privada al desarrollo de empresas que permitan descubrir y aprovechar los talentos existentes en el medio.

Justificación Política:

El presente proyecto investigativo sirve como modelo de contenidos reales que permitan no solo alcanzar resultados inmediatos, sino que a futuro la participación de estos como elementos activos que utilizando racionalmente los recursos productivos del país, puedan generen bienes, servicios y empleo satisfaciendo y mejorando el bienestar comunitario.

4. OBJETIVOS

El proyecto se plantea los siguientes objetivos:

OBJETIVO GENERAL:

Realizar un estudio para determinar la factibilidad en la implementación de una empresa productora y comercializadora de cubos de café gourmet

instantáneo endulzados con panela orgánica en la Ciudad de Loja” de tal forma que ello incida positivamente en el desarrollo micro empresarial.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- ❖ Determinar mediante la realización del estudio de mercado la situación de oferta y demanda de cubos de café gourmet endulzados con panela orgánica y a su vez proponer un plan de comercialización.
- ❖ Realizar el estudio técnico en el cual se determina el tamaño y localización, así mismo los procesos, sistemas administrativos y requerimientos físicos para la implantación de una empresa productora y comercializadora de cubos de café gourmet instantáneo endulzados con panela orgánica en la Ciudad de Loja.
- ❖ Presentar el respectivo estudio legal y administrativo para que se encuentre legalmente constituida y organizada la empresa.
- ❖ Realizar un estudio económico financiero del proyecto en base a los índices de evaluación como: Valor Actual Neto (VAN), Relación Beneficio Costo (RBC), Periodo de recuperación de capital (PRC), Tasa Interna de Retorno (TIR), Análisis de sensibilidad, para establecer el monto de las futuras inversiones.

Anexo #2

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
ENTREVISTA**

Estimado amigo (a), con el objeto de cumplir con los requerimientos académicos de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, estoy interesada en el desarrollo de una investigación para lo cual precisamos de su información veraz y confiable. El proceso se llevara sin ocuparles demasiado su tiempo.

1. ¿vende usted café?

SI ()

NO ()

2. ¿Qué cantidad de café (libras) vende diariamente?

3. ¿A qué precio vende la libra de café?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo # 3

ENCUESTA											
<p>Estimado amigo (a), con el objeto de cumplir los requerimientos académicos de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja estoy interesada en el desarrollo de una investigación para lo cual precisamos de su información veraz y confiable la misma que me ayudara a determinar la oferta y demanda del producto que se pretendo implementar en el mercado. El proceso se llevara sin ocuparle demasiado de su tiempo.</p>											
<p>1.- ¿En su familia acostumbran a consumir café?</p> <p>a. Si <input type="checkbox"/></p> <p>b. No <input type="checkbox"/></p>	<p>10.- ¿En que lugar usted realiza la adquisición del café?</p> <p>a. Tiendas. <input type="checkbox"/></p> <p>b. Bodegas. <input type="checkbox"/></p> <p>c. Micromercados. <input type="checkbox"/></p> <p>d. Supermercados. <input type="checkbox"/></p> <p>Otros _____</p>										
<p>2.- ¿Que tipo de café es de preferencia en su hogar ?</p> <p>a. Filtrado <input type="checkbox"/></p> <p>b. Instantáneo <input type="checkbox"/></p>	<p>11.- Si se implementara una empresa productora y comercializadora de cubos de café gourmet instantaneos endulzados con pan orgánica en la Ciudad de Loja con características de calidad, higiene y precios competitivos¿Estaría usted dispuesto a adquirir el producto?</p> <p>a. Si <input type="checkbox"/></p> <p>b. No <input type="checkbox"/></p>										
<p>3.- ¿Con que frecuencia consume café?(considerando el número de tazas)</p> <table style="margin-left: 20px;"> <thead> <tr> <th></th> <th style="text-align: center;"># de veces</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a. Diario</td> <td style="text-align: center;"><input type="text"/></td> </tr> <tr> <td>b. Semanal</td> <td style="text-align: center;"><input type="text"/></td> </tr> <tr> <td>c. Quincenal</td> <td style="text-align: center;"><input type="text"/></td> </tr> <tr> <td>d. Mensual</td> <td style="text-align: center;"><input type="text"/></td> </tr> </tbody> </table>		# de veces	a. Diario	<input type="text"/>	b. Semanal	<input type="text"/>	c. Quincenal	<input type="text"/>	d. Mensual	<input type="text"/>	<p>12.- ¿En que presentaciones le gustaría adquirir este producto?</p> <p>a. caja de 12 unidades. <input type="checkbox"/></p> <p>b. Caja de 24 unidades. <input type="checkbox"/></p> <p>c. Caja de 30 unidades. <input type="checkbox"/></p> <p>Otros _____</p>
	# de veces										
a. Diario	<input type="text"/>										
b. Semanal	<input type="text"/>										
c. Quincenal	<input type="text"/>										
d. Mensual	<input type="text"/>										
<p>4. ¿Cada que tiempo adquiere el café?</p> <p>a. Diario <input type="checkbox"/></p> <p>b. Semanal <input type="checkbox"/></p> <p>c. Quincenal <input type="checkbox"/></p> <p>d. Mensual <input type="checkbox"/></p>	<p>13.- Cuantas cajas de cubos de café consumiría al mes</p> <p>a. 1 caja <input type="checkbox"/></p> <p>b. 2 caja <input type="checkbox"/></p> <p>c. 3 cajas <input type="checkbox"/></p> <p>d. mas de tres. <input type="checkbox"/></p>										
<p>5.- ¿Qué medida de peso utiliza al momento de comprar café?</p> <p>a. Gramos. <input type="checkbox"/></p> <p>b. Onzas. <input type="checkbox"/></p> <p>c. Libras. <input type="checkbox"/></p> <p>d. Kilogramos. <input type="checkbox"/></p>											
<p>6. ¿Cual es el precio que paga por la compra del café?</p> <p>a. De 0.01 ctvs a \$ 1.00. <input type="checkbox"/></p>											

b. De \$ 1.01 a \$ 2,00.	<input type="checkbox"/>	Cuantas	
c. De \$ 2,01 a \$ 3,00.	<input type="checkbox"/>		
d. De \$ 3,01 a mas.	<input type="checkbox"/>		
Cuanto _____			
7.- ¿En qué presentación le ofrecen el café que adquiere?		15.- ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por el producto?	
a. Funda.	<input type="checkbox"/>	b. De \$ 1.00 a \$ 2,00.	<input type="checkbox"/>
b. Frasco de vidrio	<input type="checkbox"/>	c. De \$ 2,01 a \$ 3,00.	<input type="checkbox"/>
b. Empaque de Carton.	<input type="checkbox"/>	d. De \$ 3,01 a mas.	<input type="checkbox"/>
Otros _____		16.- ¿Qué lugares serian de su preferencia para adquirir los cubos de café endulzados con panela orgánica?	
8.- ¿Ha recibido algun tipo de promoción al momento de comprar el café?		a. Bodegas	<input type="checkbox"/>
a. Si	<input type="checkbox"/>	b. Micromercados.	<input type="checkbox"/>
b. No	<input type="checkbox"/>	c. Supermercados.	<input type="checkbox"/>
Cuales _____		17.- ¿Que tipo de promociones le gustaría que le ofresca la futura empresa?	
9.- ¿Por que medios de publicidad se entera de la existencia del producto?		a. Dos por uno.	<input type="checkbox"/>
a. Televisión.	<input type="checkbox"/>	b. descuento por comprar al mayor.	<input type="checkbox"/>
b. Radio.	<input type="checkbox"/>	c. producto adicional por la compra del café.	<input type="checkbox"/>
c. Prensa.	<input type="checkbox"/>	Otros _____	
d. Internet.	<input type="checkbox"/>	18.- ¿En que horarios escucharía la publicidad?	
e. Hojas Volantes.	<input type="checkbox"/>	a. De 06:00 am a 08:00 am.	<input type="checkbox"/>
f. Vallas Publicitarias.	<input type="checkbox"/>	b. De 12:00 pm a 14:00 pm.	<input type="checkbox"/>
g. Otros.	<input type="checkbox"/>	c. De 18:00 pm a 20:00 pm.	<input type="checkbox"/>
Especifique _____		GRACIAS POR SU COLABORACIÓN	

Anexo # 4

DEPRECIACIONES

Anexo # 4.1

Depreciación de Construcción.

Costo: 25.000

Valor residual: 1250

Depreciación: 5%

Vida Útil: 20 años.

VALOR DEL ACTIVO		20 AÑOS	5% DEPRECIACIÓN	
25000		V. U		
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RESID	DEPRECIAC.	VAL. ACT
0	25000,00	2500,00		22500,00
1	22500,00		1125,00	21375,00
2	21375,00		1125,00	20250,00
3	20250,00		1125,00	19125,00
4	19125,00		1125,00	18000,00
5	18000,00		1125,00	16875,00
6	16875,00		1125,00	15750,00
7	15750,00		1125,00	14625,00
8	14625,00		1125,00	13500,00
9	13500,00		1125,00	12375,00
10	12375,00		1125,00	11250,00
11	11250,00		1125,00	10125,00
12	10125,00		1125,00	9000,00
13	9000,00		1125,00	7875,00
14	7875,00		1125,00	6750,00
15	6750,00		1125,00	5625,00
16	5625,00		1125,00	4500,00
17	4500,00		1125,00	3375,00
18	3375,00		1125,00	2250,00
19	2250,00		1125,00	1125,00
20	1125,00		1125,00	0,00

Fuente: Cuadro #.33

Elaboración: La Autora.

Anexo # 4.2

Depreciación de Maquinaria y Equipo.

Costo: 1.604

Valor residual: 160,40

Depreciación: 10%

Vida Útil: 10 años.

VALOR DEL ACTIVO 1604		10 AÑOS V. U	10% DEPRECIACIÓN	
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RESID	DEPRECIAC.	VAL. ACT
0	1604,00	160,40		1443,60
1	1443,60		144,36	1299,24
2	1299,24		144,36	1154,88
3	1154,88		144,36	1010,52
4	1010,52		144,36	866,16
5	866,16		144,36	721,80
6	721,80		144,36	577,44
7	577,44		144,36	433,08
8	433,08		144,36	288,72
9	288,72		144,36	144,36
10	144,36		144,36	0

Fuente: Cuadro #.34

Elaboración: La Autora.

Anexo # 4.3

Depreciación de Herramientas.

Costo: 665

Valor residual: 66,50

Depreciación: 10%

Vida Útil: 10 años.

VALOR DEL ACTIVO 665		10 AÑOS V. U	10% DEPRECIACIÓN	
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RESID	DEPRECIAC.	VAL. ACT
0	665,00	66,50		598,50
1	598,50		59,85	538,65
2	538,65		59,85	478,80
3	478,80		59,85	418,95
4	418,95		59,85	359,10
5	359,10		59,85	299,25
6	299,25		59,85	239,40
7	239,40		59,85	179,55
8	179,55		59,85	119,70
9	119,70		59,85	59,85
10	59,85		59,85	0

Fuente: Cuadro #.35

Elaboración: La Autora.

Anexo # 4.4

Depreciación de Equipo de Oficina.

Costo: 168

Valor residual: 16,80

Depreciación: 10%

Vida Útil: 10 años.

VALOR DEL ACTIVO 168		10 AÑOS V. U	10% DEPRECIACIÓN	
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RESID	DEPRECIAC.	VAL. ACT
0	168,00	16,80		151,20
1	151,20		15,12	136,08
2	136,08		15,12	120,96
3	120,96		15,12	105,84
4	105,84		15,12	90,72
5	90,72		15,12	75,60
6	75,60		15,12	60,48
7	60,48		15,12	45,36
8	45,36		15,12	30,24
9	30,24		15,12	15,12
10	15,12		15,12	0

Fuente: Cuadro #.39

Elaboración: La Autora.

Anexo # 4.5

Depreciación de Equipo de Computación.

Costo: 2,370

Valor residual: 789,92

Depreciación: 33,33 %

Vida Útil: 3 años.

VALOR DEL ACTIVO 2370		3 AÑOS V. U	33,33% DEPRECIACIÓN	
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RESID	DEPRECIAC.	VAL. ACT
0	2370,00	789,92		1580,08
1	1580,08		526,69	1053,39
2	1053,39		526,69	526,70
3	526,70		526,69	0,00

Fuente: Cuadro #.38

Elaboración: La Autora.

Anexo # 4.6

Depreciación de Muebles y enseres de la Planta.

Costo: 268.

Valor residual: 28,60.

Depreciación: 10 %

Vida Útil: 10 años.

VALOR DEL ACTIVO 268		10 AÑOS V. U	10% DEPRECIACIÓN	
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RESID	DEPRECIAC.	VAL. ACT
0	268,00	26,80		241,20
1	241,20		24,12	217,08
2	217,08		24,12	192,96
3	192,96		24,12	168,84
4	168,84		24,12	144,72
5	144,72		24,12	120,60
6	120,60		24,12	96,48
7	96,48		24,12	72,36
8	72,36		24,12	48,24
9	48,24		24,12	24,12
10	24,12		24,12	0

Fuente: Cuadro #.36

Elaboración: La Autora.

Anexo # 4.7

Depreciación de Muebles y enseres de Administración y Ventas.

Costo: 773.

Valor residual: 77,30.

Depreciación: 10 %

Vida Útil: 10 años.

VALOR DEL ACTIVO 773		10 AÑOS V. U	10% DEPRECIACIÓN	
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RESID	DEPRECIAC.	VAL. ACT
0	773,00	77,30		695,70
1	695,70		69,57	626,13
2	626,13		69,57	556,56
3	556,56		69,57	486,99
4	486,99		69,57	417,42
5	417,42		69,57	347,85
6	347,85		69,57	278,28
7	278,28		69,57	208,71
8	208,71		69,57	139,14
9	139,14		69,57	69,57
10	69,57		69,57	0

Fuente: Cuadro #.37

Elaboración: La Autora.

Anexo # 4.8

Depreciación de Vehículo.

Costo: 15.000.

Valor residual: 3.000.

Depreciación: 20 %

Vida Útil: 10 años.

VALOR DEL ACTIVO 15000		10 AÑOS V. U	10% DEPRECIACIÓN	
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RESID	DEPRECIAC.	VAL. ACT
0	15000,00	1500,00		13500,00
1	13500,00		1350,00	12150,00
2	12150,00		1350,00	10800,00
3	10800,00		1350,00	9450,00
4	9450,00		1350,00	8100,00
5	8100,00		1350,00	6750,00
6	6750,00		1350,00	5400,00
7	5400,00		1350,00	4050,00
8	4050,00		1350,00	2700,00
9	2700,00		1350,00	1350,00
10	1350,00		1350,00	0,00

Fuente: Cuadro #.40

Elaboración: La Autora.

ÍNDICE

Portada.....	I
Certificación.....	II
Autoría.....	III
Carta de autorización de tesis.....	IV
Dedicatoria.....	V
Agradecimiento.....	VI
a. Título.....	1
b. Resumen.....	2
Abstract.....	3
c. Introducción.....	6
d. Revisión de literatura.....	8
e. Materiales y Métodos.....	35
f. Resultados.....	42
g. Discusión.....	57
h. Conclusiones.....	179
i. Recomendaciones.....	181
j. Bibliografía.....	183
k. Anexos.....	184
Índice.....	200