



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

**Título**

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ DE CEREALES EN LA CIUDAD DE  
LOJA**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN  
DEL GRADO DE INGENIERA  
COMERCIAL**

**AUTORA**

**JENNY MARIBEL REQUENA ARMIJOS**

**DIRECTORA**

**ING. ELVIA LUCÍA VALVERDE MARÍN**

**LOJA\_ECUADOR**

**2013**

## CERTIFICACIÓN

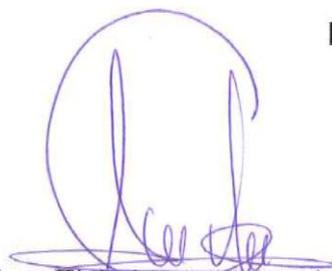
Ing. Elvia Lucía Valverde Marín

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

## CERTIFICA:

Que la señora Jenny Maribel Requena Armijos, realizó el trabajo de investigación denominado: **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ DE CEREALES EN LA CUIDAD DE LOJA "**, bajo mi dirección y asesoramiento. En virtud que la tesis reúne los aspectos de fondo y forma exigidos para este tipo de trabajos, autorizó su presentación y sustentación.

Loja 05 de diciembre de 2013



Ing. Elvia Lucía Valverde Marín

**DIRECTORA DE TESIS**

## AUTORÍA

Yo Jenny Maribel Requena Armijos declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido de la misma.

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

**Autora:** Jenny Maribel Requena Armijos

Cedula: 1104498371

Firma.....



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

Yo Jenny Maribel Requena Armijos declaró ser autora de la tesis titulada: "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ DE CEREALES EN LA CIUDAD DE LOJA" Como requisito para optar al grado de: Ingeniera Comercial; autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 5 días del mes de diciembre del 2013 firma el autor.

Firma:.....



**Autora:** Jenny Maribel Requena Armijos

**Cedula:** 1104498371

**Dirección:** San Pedro Correo: jenymaribel@live.com.ar

**Teléfono:** 072-583372 Celular: 0959813268

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**Director de Tesis:** Ing. Elvia Lucía Valverde Marín

**Tribunal de grado:** Ing. Rocío Toral, (PRESIDENTE)

Ing. Santiago Ludeña, (VOCAL)

Ing. Patricio Gómez, (VOCAL)

## **AGRADECIMIENTO**

Al término del presente trabajo de tesis, dejo constancia de mi eterno agradecimiento a todas y cada una de las Autoridades y personal administrativo de la Universidad Nacional de Loja, quienes con paciencia y sabiduría supieron entregar su aporte y conocimiento que ayudaron a alcanzar la meta propuesta.

Igualmente, un agradecimiento especial a la Ing. Elvia Lucía Valverde Marín Directora del presente trabajo de Tesis; quien desinteresadamente supo entregar su tiempo, conocimiento y experiencias necesarias para el feliz término de la presente investigación.

Finalmente, mi imperecedero agradecimiento a mis padres que con gran sacrificio supieron apoyarme para que culminara con éxito mis estudios; igualmente a mi esposo y a mis hijos...., por su apoyo y comprensión incondicional, necesarios para alcanzar la meta ansiada.

JENNY MARIBEL REQUENA ARMIJOS

**La Autora**

### **DEDICATORIA**

El presente trabajo de investigación, lleno de mucho esfuerzo, trabajo y dedicación, respeto, comprensión y apoyo, va dedicado a mi familia que durante todo este proceso de aprendizaje, me alentó con sus palabras para continuar y culminar con mis estudios.

En la misma forma para mis hijos: Josueth David y Dennis Gabriel y al Divino Niño por ser la fuente permanente de motivación e inspiración para superarme cada día más y así poder luchar por mejores días para nuestra familia.

**JENNY MARIBEL REQUENA ARMIJOS**

a. TÍTULO

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA  
LA PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ DE  
CEREALES EN LA CUIDAD DE LOJA**

## **b. RESUMEN**

El presente trabajo investigativo se lo ha realizado con el único objetivo de conocer si la implementación de esta empresa productora comercializadora de café a base de cereales permitiría a los consumidores contar con otras alternativas de bebidas.

La buena alimentación en el hogar es fundamental para vivir y tener una vida sana dentro de las familias; esto posibilita la creación de una Empresa donde se encuentre un producto natural y de buena calidad libre de cafeína para que sea consumido por todas las personas.

La empresa esta ubicada en la provincia de Loja cantón Loja, en donde se encuentran las condiciones adecuadas, como maquinaria, materia prima y los insumos necesarios para el desarrollo de la empresa. En el proceso de desarrollo del estudio se realizaron objetivos que sirvieron para anticipar los resultados de conocimiento que se esperaba obtener al finalizar el proceso de investigación. Para cumplir con los objetivos propuestos se aplicaron métodos y técnicas para facilitar la investigación ya que se cumplan con los objetivos.

En el estudio de mercado se aplicó a **396** encuestas a las familias de la ciudad de Loja en las etapas que guían al proyecto desde la concepción, cuantificación de la demanda potencial con **320** familias que si consumen café, demanda real con **220** familias y la demanda efectiva con **300** familias que si van a comprar nuestro producto, y nuestra demanda insatisfecha que es **\$1,361,912** en dónde se utilizó el método de la encuesta y entrevista aplicadas a los dueños de locales comerciales donde se venden café, el análisis del precio con el cual podrán adquirirlo, los datos obtenidos fueron aplicados en los resultados.

Realizar un estudio de mercado que permitió medir el grado de aceptación de este producto en la zona, ejecutar un estudio técnico donde se enfocó principalmente la localización de la planta y los factores para llevar acabo

un producto de calidad, los elementos a considerar son: capacidad de la planta, la distribución de las áreas que determinó una capacidad instalada de **62400** sacos de cereales y una capacidad utilizada de **80%** para el primer año; selección del equipo para empacar el café de cereales, materiales que vamos a necesitar para la selección de los cereales y la mano de obra directa e indirecta.

Se realizó un estudio financiero, donde se calculó que la inversión inicial es de **\$22,696,78** donde el **55.94%** será puesto por la empresa y el **44.06%** será financiado por el Banco de Fomento en donde se pudo visualizar una inversión a corto plazo que se dispuso mediante una evaluación financiera con resultados óptimos que pudo comprobar que si genera rentabilidad.

Se desarrolló el estudio organizacional en donde se presentó la estructura un modelo de organigrama que describe los niveles jerárquicos, departamentos y las funciones del personal que desempeñarán los respectivos cargos, además de como se la constituyó a la empresa, el mismo que permitió visualizar de forma clara y precisa el enfoque que tiene la empresa.

Para finalizar se realizó las conclusiones que se presentaron sin argumentación y en forma resumida, los resultados del análisis efectuados en torno al tema, así mismo se plasmaron las recomendaciones en base a las conclusiones.

## **SUMARY**

This research work it has done for the sole purpose of knowing if the implementation of this coffee trading company producing cereal consumers would have other beverage alternatives.

Eating well at home is essential to live and have a healthy life within families; this enables the creation of a company where you are a natural and caffeine free good quality to be consumed by all people.

The company is located in the province of Loja Canton, where conditions are suitable, such as machinery, raw materials and supplies needed for the development of the company.

In the development process of the study were conducted objectives served to anticipate the results of knowledge expected from the end of the research process. To meet the objectives proposed methods and techniques were applied to facilitate research and to meet the objectives.

In the market research survey was applied to 396 families in the city of Loja in the stages that guide the project from conception , quantification of potential demand if 320 families consume coffee , real demand and demand 220 families effective with 300 families whether to buy our product, and our unsatisfied demand is \$1,361,912 where we used the method of the survey and interview applied to commercial owners that sell coffee , analysis of the price that may acquired, the data obtained were applied to the results.

Conduct a market study that measured the degree of acceptance of this product in the area, run a technical study which focused mainly the location of the plant and the factors to carry out a quality product , the elements to be considered are : capacity plant , the distribution of the areas determined an installed capacity of 62400 bags of cereal and a capacity utilization of 80 % for the first year team selection to pack the

coffee grain , materials that we need for the selection of cereals and direct labor and indirect .

We conducted a financial study, which estimated that the initial investment is \$ 22.696.78 where 55,94 % will be provided by the company and 44.06 % will be financed by the Development Bank where he could display a short-term investment was arranged by a financial evaluation with optimal results could check if it generates profit.

Was developed where the study was presented organizational structure organizational model that describes the hierarchical levels , departments and staff roles they will play their respective offices , as well as the company 's established , the same that allowed visualize clearly and precisely the approach that the company has.

Finally conclusions are made without argument and presented in summary form, the results of analyzes carried out on the subject, also were reflected recommendations based on the findings.

### **c. INTRODUCCIÓN**

La agricultura ha sido practicada desde los inicios de la humanidad. Se han realizado modificaciones en los espacios agrícolas a través del tiempo; cambios producidos en función de la adaptación a los factores naturales como también en función de los sistemas económicos y políticos hasta llegar a ser parte fundamental del desarrollo de un país.

Con la evolución industrial consecuentemente la necesidad del incremento de alimentos con cereales la agricultura se ha transformado cada día demandando el mejoramiento constante de los granos que han sido la fuente de la economía que es la siembra y el ahorro la cosecha. El ser humano es un agente geográfico y económico que trabaja modifica la superficie del globo; en el mismo concepto que lo es: el agua, el viento, el fuego y la tierra.

La diversidad de climas envuelve al Ecuador en mágicos contrastes, su naturaleza rica y exótica da florecimiento a la gran variedad de cereales como la haba, soja, trigo, cebada, la producción de estos cereales se da en las provincias de Cotopaxi, Cañar, Saraguro, la provincia de Loja y las estribaciones de la cordillera de los andes, permiten crear excelentes mezclas para combinar sabor y aroma, las tradiciones ancestrales han enseñado a los campesinos a cosechar los granos con la mano y a dejarlos secar al sol y al viento.

El consumo de los cereales es utilizado habitualmente por su efecto estimulante pero ahora un nuevo estudio señala que además, su consumo también puede ayudar a prevenir diferentes enfermedades de esta forma el gran líquido aromático tiene un excelente sabor pero ahora nadie pone en duda que los cereales forman parte de nuestra vida, más como un ritual cotidiano que como un elemento de nuestra dieta alimenticia. Las propiedades del café de cereales es un producto natural libre de cafeína que puede ayudar a prevenir algunas enfermedades

como gastritis, insomnio descalcificación de los huesos alteración en el sistema nervioso etc.

El propósito es determinar la factibilidad económica de producir un café hecho a base de cereales un producto saludable con propiedades nutritivas y ventajas sobre el café clásico, principalmente por no contener cafeína. Podrá ser consumido por todas las personas, ya sean niños, jóvenes o adultos sin restricción alguna, consumidores o no del café tradicional, ya que no genera ningún perjuicio para la salud.

Es por este motivo que considero necesario la creación de una empresa comercializadora de café de cereales con el fin de rescatar las tradiciones y dar una nueva alternativa ya que es un nuevo producto e innovador que brindara beneficios a los consumidores contribuyendo a mejorar la calidad de vida y disfrutar de las mismas bondades del café pero de manera más natural.

Consciente de la importancia que tiene el uso de los cereales en la producción agrícola, se ha considerado pertinente desarrollar una propuesta titulada **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZADORA DE CAFÉ DE CEREALES EN LA CIUDAD DE LOJA."**, esto con el objeto de contribuir tanto al desarrollo económico y productivo de la provincia.

En el presente tema de tesis se realizó una revisión de literatura para sustentar la investigación; un contexto y una justificación de la investigación en la metodología se identificaron el tipo de investigación, los métodos, técnicas e instrumentos utilizados para la recolección de la determinación de la población y muestra.

En los resultados de mercado se especificó el producto, se analizó la demanda en dónde se aplicó las encuestas a las Familias de Loja en base a una muestra de 396, también se analizó la oferta a través de una entrevista realizadas a los dueños de comerciales o distribuidoras de la

ciudad, en dónde se pudo comprobar con que producto se compite, así mismo como comparar los precios y su comercialización.

Para determinar la Factibilidad del producto se realizan cuatro estudios estructurales (mercado, técnico, financiero y organizacional), dónde se definió cada uno de los procedimientos para que la empresa se posicione en el mercado.

En el estudio técnico se seleccionó el tamaño, se consolidó el flujo del proceso y se planteó los requerimientos de maquinaria, equipos y muebles de oficina los cuales se distribuyen teniendo en cuenta el tamaño de la planta.

El estudio financiero es dónde se convierte las variables del mercado y técnicas a valores monetarios, en este se consolidó el monto de la inversión, además se calculan otros indicadores como el análisis de sensibilidad, el período de recuperación de capital y la relación beneficio-costos que permiten reforzar la validez de la propuesta sin que ello dependa básicamente la aceptación o no del proyecto.

En el estudio organizacional se planteó las bases legales para el funcionamiento de la empresa, se propone el organigrama estructural, funcional y posicional, en dónde se describe los niveles jerárquicos y las funciones de la misma, además se analizó las funciones administrativas como son: la previsión, planeación, organización, dirección y control.

En conclusión se hizo posible este estudio en base al objetivo general que es demostrar la factibilidad de la empresa y en base también de los objetivos específicos.

## **d. REVISION DE LITERATURA**

### **ANTECEDENTES DE LOS CEREALES**

Desde la antigüedad los cereales han sido considerados un alimento básico para el hombre. La humanidad ha aprovechado probablemente el fruto de las Gramíneas durante más de Diez mil años. Tras la Era glaciadora como consecuencia del aumento de las lluvias y el ascenso de la temperatura, se originó un crecimiento explosivo de la naturaleza.

Así el hombre enriqueció su dieta hasta entonces carnívora con alimentos vegetales, con el paso del tiempo, observó que estas semillas debían ser recolectadas, debían ser sembradas, para asegurar la siguiente recolección

De este modo, los cereales silvestres pasaron a ser cereales cultivados, y así conjuntamente el hombre pasó de ser recolector a ser un agricultor.

En 5000 a.C. comienza en Europa la práctica del morcajo o mezcla de cereales. Con esta práctica los agricultores quedaban asegurados en el caso de que uno de los cereales no prosperaba por enfermedad o incidencias meteorológicas. Asimismo el grano se tostaba antes de ser almacenado, aumentando así su período de conservación.

Los romanos desarrollaron técnicas que permitían aprovechar los cereales obteniendo un máximo rendimiento desde la antigüedad, los cereales han sido considerados un alimento básico para el hombre.

A lo largo de la historia, los cereales han estado ligados a numerosas creencias y simbolismos. Así los granos de arroz, trigo, maíz han sido considerados símbolos de fecundidad, riqueza y abundancia, se utilizaron como moneda de cambio de este modo realizaban diferentes pagos.

## **DESCRIPCION DE LOS CEREALES**

Los cereales constituyen la fuente de nutrientes más importante de la humanidad. Históricamente están asociados al origen de la civilización y cultura de todos los pueblos. El hombre pudo pasar de nómada a sedentario cuando aprendió a cultivar los cereales y obtener de ellos una parte importante de su sustento.

Cada cultura, cada civilización, cada zona geográfica del planeta, consume un tipo de cereales específicos creando toda una cultura gastronómica entorno a ellos.

Los cereales constituyen un producto básico en la alimentación de los diferentes pueblos, por sus características nutritivas, su costo moderado y su capacidad para provocar saciedad inmediata.

El contenido proteico es muy variable, entre un 6 y un 16% del peso, dependiendo del tipo de cereal y del procesamiento industrial. La composición en aminoácidos de las proteínas de los cereales depende de la especie y variedad; en general son pobres en aminoácidos esenciales, por lo que se las cataloga de proteínas de moderada calidad biológica.

Su preparación agroindustrial y tratamiento culinario son sencillos y de gran versatilidad, desde el pan o una pizza, hasta miles de dulces diferentes. Su consumo es adecuado, para cualquier edad y condición.

En nuestro ambiente la forma de consumo de los cereales es muy variada como: pan, pasteles o pastas o cereales expandidos pero también sirven como materia prima para las industrias de bebidas alcohólicas como es la cerveza que es a base de cebada.

## **HABA:**



Las habas pertenecen a la familia de las leguminosas y a la subfamilia de las fabáceas. También conocida como habichuela el haba es originaria de la cuenca mediterránea o del Asia central; hoy se cultiva en todo el mundo.

### **Componente del haba**

- ❖ Son muy ricas en calorías y proteínas
- ❖ El valor nutritivo de las habas es distinto si son frescas o secas
- ❖ Contienen 77.1% de agua, son muy ricas en calorías y proteínas.
- ❖ Contienen vitaminas: C, A, E, B1 y B2, contienen minerales como potasio, fósforo, sodio, calcio, hierro, magnesio y zinc. Esta compuesta además por antioxidantes, lecitina, colina, Hidratos de Carbono, Fibra y Beta carotenos.
- ❖ Las habas secas tienen mayor cantidad de hidratos de carbono y proteínas, por lo que su valor energético es elevado.

### **Propiedades del haba**

- Favorece el tránsito intestinal.
- Su contenido en lecitina y colina ayuda a las personas con Alzheimer

- El consumo de habas como alimento es muy útil para eliminar grasa de las arterias, disminuyendo el nivel de colesterol.<sup>1</sup>

## **SOJA**



La soja, es de procedencia oriental, ha sido incluida en nuestra dieta cotidiana y hoy por hoy es posible hallarla como uno de los componentes de los más diversos alimentos. La soja hoy por hoy es cultivada en todo el mundo ya que reportan beneficios para la salud sobre todo porque constituye un alimento muy nutritivo y cuyo contenido graso es saludable.

### **Componente de la soja**

- 53% de proteínas (más del doble que la carne),
- 5% de minerales
- 35% de hidratos de carbono
- 1% de grasa
- Contiene además fibras, potasio, fósforo, hierro, magnesio.
- Es un alimento muy adecuado para aquellas personas con una dieta pobre en proteínas o que necesitan un aporte extra pero nunca hay que olvidar que los alimentos son más completos en su totalidad.

### **Propiedades de la Soya**

- ❖ Mejora la salud ósea
- ❖ Ayuda a prevenir el cáncer
- ❖ Mejora la salud cardíaca ya que ayuda a reducir el colesterol

---

<sup>1</sup>Buena Salud, El arte de alimentarse bien 2011

## **CEBADA**

---



Originario de Asia occidental y África nororiental, este cereal es el más antiguo en cuanto a empleo alimentario. Muchos consideran a la cebada como un cereal más, es un cereal altamente recomendable, dado sus excelentes propiedades nutricionales, sobretodo en primavera, verano ya que nutre relaja y refresca el hígado.

### **Componentes de la Cebada**

- ❖ Es rica en vitaminas B1 y B6, esta vitamina debe ser incorporada en la dieta y se encuentra muy ligada al estado de ánimo de las personas, ya que aumenta la actividad cerebral.
- ❖ La cebada posee su máximo poder nutritivo solo cuando alcanza una altura de 20-30 cm, que se traduce en una variedad de vitaminas y minerales, como hierro, calcio, magnesio, zinc.

### **Propiedades de la Cebada**

- ❖ Gran cantidad de propiedades tiene la cebada es emoliente, reconstituyente, digestiva, diurética, desintoxicante y tónica.
- ❖ Estimula el sistema neurovegetativo, siendo aconsejado como tónico nervioso y cardiaco tanto para el trabajo físico, como para la tarea intelectual y desintoxicante sobre todo a nivel estomacal y pulmonar.

## **TRIGO:**



El trigo se cultiva en todo el mundo, desde los límites del Ártico hasta cerca del Ecuador, aunque la cosecha es más productiva entre los 30 y 600 de latitud Norte y entre 27 y 400 de latitud Sur.

### **Componentes del Trigo**

- ❖ Contienen los cinco nutrientes: carbohidratos, proteínas, grasas, minerales y vitaminas.
- ❖ El trigo está formado especialmente por hidratos de carbono (69-70%) pero también tiene proteínas (12-16) %.
- ❖ El almidón es el hidrato de carbono más importante de todos los cereales, constituyendo aproximadamente el 64 % de la materia seca del grano completo de trigo y un 70 % de su endospermo en forma natural.

### **Propiedades del Trigo**

- ❖ El trigo se utiliza para tratar los estados de desmineralización, anemia, astenia, deficiencia de crecimiento, raquitismo, tuberculosis.
- ❖ El trigo posee la capacidad de luchar contra el colesterol, ya que contiene ácidos grasos esenciales que impiden la acumulación de grasas además enfermedades de la piel o afecciones respiratorias

## <sup>2</sup>CARACTERÍSTICAS DE LOS CEREALES

Contienen entre un 65-75% de su peso total como carbohidratos, 6-12% como proteína y 1-5% como grasa.

- Tienen una gran densidad de energía y nutrientes en comparación con otras fuentes de carbohidratos.
- Destaca su contenido en hierro, potasio, fósforo y calcio, aunque este último se absorbe menos por la presencia del ácido fático.

## PERFIL NUTRICIONAL DE LOS CEREALES

**Proteínas:** En los cereales, el mayor contenido en proteínas se encuentra en la capa en el germen. El endospermo tiene menor cantidad, sin embargo, proporcionalmente aporta más, ya que la cantidad de endospermo que hay en un grano de cereal es mayor, por lo tanto las proteínas proceden mayoritariamente de ahí.

**Vitaminas:** Los cereales contienen vitaminas del grupo B: tiamina o vitamina B<sub>1</sub> vitamina B<sub>2</sub>, niacina o vitamina B<sub>3</sub>, ácido fólico o vitamina B<sub>9</sub>, distribuidas por todo el cereal. El contenido en vitaminas es similar en todos los cereales.

**Minerales:** Los minerales más importantes presentes en los cereales del desayuno son el calcio el hierro, aunque se presentan en cantidades diferentes dependiendo del tipo de cereal.

**Fibra:** la fibra de los cereales es principalmente la celulosa, que se encuentra en la capa externa de los granos. Vale aclarar que los cereales integrales son quienes aportan la mayor cantidad de fibra, puesto que cuando son refinados pierden la mayor parte de la misma.

---

<sup>2</sup>[www.google.com /Perfil Nutricional de Cereales y sus Características/www.zonadiet.com/comida/cereales/htm](http://www.google.com/Perfil%20Nutricional%20de%20Cereales%20y%20sus%20Características/www.zonadiet.com/comida/cereales/htm)

## ESTUDIO DE MERCADO<sup>3</sup>

**Mercado:** Un mercado está constituido por personas que tienen necesidades específicas no cubiertas que por tal motivo, están dispuestas a adquirir bienes y/o servicios que los satisfagan y que cubran aspectos tales como: calidad, variedad, atención, precio adecuado entre otros.

**Segmentación de Mercado:** Es el proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. Todos los mercados están compuestos de segmentos y éstos a su vez están formados usualmente por sus segmentos.

Un segmento de mercado está constituido por un grupo importante de compradores. La segmentación es un enfoque orientado hacia el consumidor y se diseñó para identificar y servir a éste grupo. A continuación se detallan las principales variables utilizadas para la segmentación de mercado:

- **Segmentación geográfica.**-Requiere que el mercado se divida en varias unidades geográficas como naciones, estados, condados, ciudades o barrios; se puede operar en una o dos áreas, o en todas.
- **Segmentación demográfica.**-Es la división en grupos basados en variables demográficas como la edad, el sexo, el tamaño de la familia, ciclo de vida, nivel de ingresos.
- **Segmentación psicográfica.**- Aquí los clientes se dividen en grupos según su clase social, estilo de vida o personalidad.
- **Segmentación por conducta:** En esta segmentación los clientes se dividen en grupos según sus conocimientos, costumbres o repuestas a un producto.

---

<sup>3</sup>[www.monografias.com/trabajos13/segmenty/segmenty.shtml](http://www.monografias.com/trabajos13/segmenty/segmenty.shtml)

## **Estudio de mercado**

El estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica. El estudio de mercado consta de 3 grandes análisis importantes:

### **Investigación de mercados**

Es una técnica que permite recopilar datos, de cualquier aspecto que se desee conocer para, posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos. Sirven al comerciante o empresario para realizar una adecuada toma de decisiones y para lograr la satisfacción de sus clientes.

### **Producto principal**

Un producto principal no es el producto real pero puede definirse como el beneficio del producto que hace que sea útil para el comprador. El beneficio puede ser una idea intangible o concepto conectado con comodidad, Estado o la capacidad de lograr rápidamente una tarea determinada.

Este beneficio da el valor del producto y satisface las necesidades del cliente previsto. El producto principal debe distinguirse del producto y el producto aumentado que incluye el valor añadido como después de garantía y servicio de ventas

### **Producto sustituto**

Los bienes sustitutos son bienes que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad de los consumidores.

## **Demanda**

Es la cantidad de un determinado producto y a un precio exacto que el consumidor está dispuesto a adquirir en el mercado, en un lugar y tiempo concreto según ciertas condiciones: Compradores o consumidores, necesidades y deseos de adquirir un producto o servicio, capacidad de pago.

### **Demanda potencial**

La demanda potencial es la máxima demanda posible que se podría dar para uno o varios productos en un mercado determinado.

El hallar la demanda potencial para el tipo de producto o servicio que ofrecemos, tiene como objetivo principal el ayudarnos a pronosticar o determinar cuál será la demanda o nivel de ventas de nuestro negocio.

### **Demanda real**

Es la cantidad que realmente compra las personas de un producto y/o servicios.

### **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.

### **Demanda insatisfecha**

Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él.

## **Oferta**

Es aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios en el mercado. La oferta es la cantidad ofrecida, que hace referencia a la cantidad que están dispuestos a vender.

## **Variaciones de la oferta**

La oferta cambia cuando varía cualquier elemento, salvo el P de la mercancía. Utilizando la curva de oferta, decimos que la oferta aumenta (o disminuye) cuando aumenta (o disminuye) la cantidad Ofrecida a cada uno de los precios de mercado.

## **Marketing**

Es el conjunto de técnicas que con estudios de mercado intentan lograr el máximo: beneficio en la venta de un producto: mediante el marketing podrán saber a qué tipo de público le interesa su producto. Su función primordial es la satisfacción del cliente (potencial o actual) mediante las cuales pretende diseñar el producto, establecer precios, elegir los canales de distribución y las técnicas de comunicación más adecuadas.

## **Producto**

Es todo aquello tangible o intangible que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso y/o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo. Puede llamarse producto a objetos materiales o bienes, servicios, personas, lugares, organizaciones o ideas. Las decisiones respecto a este punto incluyen la formulación y presentación del producto, el desarrollo específico de marca, y las características del empaque, etiquetado y envase, entre otras.

### **Precio**

Valor monetario asignado a un bien o servicio. Conceptualmente, se define como la expresión del valor que se le asigna a un producto o servicio en términos monetarios y de otros parámetros como esfuerzo, atención o tiempo.

### **Plaza o distribución**

Es dónde se comercializa el producto o el servicio que se le ofrece. Considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas. Se incluyen los canales de distribución por ser éstos los que definen y marcan las diferentes etapas que la propiedad de un producto atraviesa desde el fabricante al consumidor final.

### **Publicidad**

Es una técnica de comunicación comercial que intenta fomentar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación. Los objetivos principales de la comunicación son:

- Comunicar las características del producto y los beneficios
- Que se recuerde o se compre la marca/producto.

### **ESTUDIO TECNICO**

Es el estudio de la acción del mercado, principalmente a través del uso de gráficas, con el propósito de predecir futuras tendencias en el precio. Se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o proceso que se desea implementar, para ello se tiene que

hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar los requerimientos y funcionar.

### **Localización de la Planta<sup>4</sup>**

Este elemento consiste en identificar el tamaño y lugar ideal para la implementación del proyecto, se debe tomar en cuenta algunos elementos importantes que darán soporte a la decisión del lugar específico de la planta.

### **Tamaño de la planta**

Es la capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto.

### **Infraestructura física**

Todo proceso de fabricación o de prestación de servicios se realiza en un lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar, establecer las características del local o de la infraestructura en donde se van a llevar estos procesos de producción o de prestación de servicios, para lo cual se tiene que considerar:

- El área del local, las características del techo, la pared y de los pisos
- Los ambientes la seguridad de los trabajadores (ventilación, lugares de salida ante posibles accidentes o desastres naturales).

---

<sup>4</sup> Meneses Edilberto Preparación y evaluación de proyectos 3ra edición

### **Capacidad instalada**

Es la cantidad máxima de bienes o servicios que pueden obtenerse de las plantas y equipos de una empresa por unidad de tiempo, bajo condiciones tecnológicas dadas. Se puede medir en cantidad de bienes y servicios producidos por unidad de tiempo.

### **Capacidad utilizada**

También llamado factor de planta, se refiere a la capacidad utilizada en promedio y se expresa como un porcentaje de la capacidad instalada. 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.

### **Localización**

La ubicación o lugar donde se va a llevar a cabo el proyecto, puede determinar el éxito o fracaso del negocio.

### **Macro localización**

Se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto.

### **Micro localización**

Indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida.

## **Ingeniería del proyecto**

Tiene por objeto aportar la información que permita hacer una evaluación económica del proyecto. La de establecer las bases técnicas sobre las que se construirá e instalará la planta comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de fabricación del producto o la prestación del servicio.

## **Componente tecnológico**

Consiste en definir el tipo de maquinarias y equipos serán necesarios para poder fabricar el producto o la prestación del servicio.

## **Maquinaria y equipo**

La maquinaria y equipo determinará en alto grado la eficiencia de la operación de una planta industrial, ya que afecta al tiempo y a longitud de los desplazamientos de materiales y operarios, así como a las inversiones en obras civiles y en equipos de transporte.

## **Proceso de producción**

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.

De esta manera, los elementos de entrada (conocidos como factores) pasan a ser elementos de salida (productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor.

## **Tiempos y movimientos**

Estudio de tiempos: actividad que implica la técnica de establecer un estándar de tiempo permisible para realizar una tarea determinada, con base en la medición del contenido del trabajo del método prescrito, con la

debida consideración de la fatiga y las demoras personales y los retrasos inevitables. Estudio de movimientos: análisis cuidadoso de los diversos movimientos que efectúa el cuerpo al ejecutar un trabajo.

### **Flujo gramas de procesos<sup>5</sup>**

El Flujo grama o Diagrama de Flujo, consiste en representar gráficamente hechos, situaciones, movimientos o relaciones de todo tipo, por medio desembolsos.

## **ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

Se describe el tipo de organización al que pertenece la empresa, también se incluye en este estudio la planeación estratégica que define los lineamientos bajos los cuales operara la empresa mencionada.

Otro elemento fundamental en este apartado es la integración de la fuerza de trabajo que constituirá la empresa, se muestra la estructura organizacional y se detalla los requisitos a cumplir por la misma.

### **Base legal**

Es aplicable cuando el proyecto no está enmarcado dentro del aparato funcional de una organización ya constituida, pero hace parte de una iniciativa independiente, la cual debe avanzar paralelamente en su formulación con los demás componentes y determinar de forma precisa, como piensa operar dentro del marco jurídico y qué nomas debe de acatar para desarrollar su misión.

---

<sup>5</sup> Meneses Edilberto Preparación de proyectos 3 edición

## **Estructura interna**

La estructura de una organización puede definirse como el conjunto de todas las formas en que se divide el trabajo en tareas distintas, considerando luego la coordinación de las mismas. Para estructurar una empresa hay que: Conocer la división del trabajo que predomina y analizar como se coordinan las diferentes tareas.

## **Organigramas**

Son la representación gráfica de la estructura de una organización, es donde se pone de manifiesto la relación formal existente entre las diversas unidades que la integran sus principales funciones, los canales de supervisión y la autoridad relativa de cada cargo.

### **Organigrama estructural**

Presentan solamente la estructura administrativa de la organización.

### **Organigrama funcional**

Muestran además de las unidades y sus relaciones, las principales funciones de cada departamento. 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**

Es la distribución específica de las jerarquías o categorías de puestos desempeñados por el personal directivo, ejecutivo u operacional de una empresa o Entidad (Jefe de Personal de Contabilidad Técnico en Servicios de Producción, Director Administrativo, Financiero. etc.).

## **Manual de funciones**

Es un instrumento de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas.

Que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas, sin interferir en las capacidades intelectuales, ni en la autonomía propia e independencia mental o profesional de cada uno de los trabajadores u operarios de una empresa ya que estos podrán tomar las decisiones más acertadas apoyados por las directrices de los superiores, y estableciendo con claridad y responsabilidad.

## **ESTUDIO FINANCIERO**

Es muy importante en el proyecto, debido a que de esta manera sabremos cuánto dinero la empresa deberá disponer para alcanzar los objetivos planteados anteriormente; así como la misión y visión de la empresa llegando a la meta propuesta.

### **Inversiones**

Es el acto mediante el cual se adquiere ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo. La inversión se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio con el objetivo de incrementarlo.

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

### **Activos fijos**

Son aquellos que no varían durante el ciclo de explotación de la empresa (o el año fiscal). Por ejemplo, el edificio donde una fábrica monta sus productos es un activo fijo porque permanece en la empresa durante todo el proceso de producción y venta de los productos.

### **Activo circulante<sup>6</sup>**

Es aquel activo líquido a la fecha de cierre del ejercicio, o convertible en dinero dentro de los doce meses. Además, se consideran corrientes a aquellos activos aplicados para la cancelación de un pasivo corriente, o que evitan erogaciones durante el ejercicio.

Son componentes del activo corriente las existencias, los deudores comerciales y otras cuentas a cobrar, las inversiones financieras a corto plazo y la tesorería.

### **Financiamiento**

Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios.

Recursos financieros que el gobierno obtiene para cubrir un déficit presupuestario. El financiamiento se contrata dentro o fuera del país a través de créditos.

---

<sup>6</sup>[www.google.com](http://www.google.com) Principios básicos de contabilidad de costos  
Elaboración de proyectos

## **Costos**

Es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio, el costo de un producto está formado por el precio de la materia prima, el precio de la mano de obra directa empleada en su producción, el precio de la mano de obra indirecta empleada para el funcionamiento de la empresa y el costo de amortización de la maquinaria.

### **Costos fijos**

Son aquellos cuyo monto total no se modifica de acuerdo con la actividad de producción. En otras palabras, se puede decir que los costos fijos varían con el tiempo más que con la actividad; es decir, se presentarán durante un periodo de tiempo aún cuando no haya alguna actividad de producción.

### **Costos variables**

Son aquellos en los que: “el costo total cambia en proporción directa a los cambios en el volumen de producción, dentro del rango relevante”, en tanto que el costo unitario permanece constante.

### **Depreciación**

Es una reducción anual del valor de una propiedad, planta o equipo. Esta depreciación puede derivarse de tres razones principales: el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la obsolescencia.

### **Amortización**

Es el reembolso gradual de una deuda. La obligación de devolver un préstamo recibido de un banco es un pasivo, cuyo importe se va reintegrando en varios pagos diferidos en el tiempo.

### **Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio consiste en el volumen de ventas en el cual no habrá una utilidad ni una pérdida. Por debajo del punto de equilibrio habrá una pérdida y por encima, una utilidad.

Un punto de equilibrio es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender determinado producto.

Para calcular el punto de equilibrio es necesario tener bien identificado el comportamiento de los costos; de otra manera es sumamente difícil determinar la ubicación de este punto.

### **Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada:**

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo total}}{\text{Ventas totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

### **En función de las ventas:**

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo total}}{\text{Costo variable total}}$$

### **Estados financieros**

Son informes que utilizan las instituciones para informar de la situación económica, financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado. Resulta útil para la Administración, gestor, regulador y otros tipos de interesados como los accionistas o propietarios.

### **Estado de pérdidas y ganancias**

Es el que muestra los 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. Documento contable que muestra el resultado de las operaciones (utilidad, pérdida remanente y excedente) de una entidad durante un periodo determinado.

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.

### **Flujo de caja**

Permite proyectar de manera concreta y confiable, la situación de la empresa en tiempos futuros, facilitando a la vez, tanto el cálculo de las cantidades de dinero que se requerirán en fechas posteriores (para compra de equipo, materia prima, pago de deudas, pago de sueldos, etc.), y como de las cantidades de dinero que ingresara a la empresa, por concepto de ventas, intereses, otros ingresos etc.

### **Evaluación financiera**

La evaluación financiera identifica -desde el punto de vista de un inversionista o un participante en el proyecto - los ingresos y los egresos atribuibles a la realización del proyecto, y en consecuencia, la rentabilidad generada por el mismo. La evaluación financiera juzga el proyecto, desde la perspectiva del objetivo de generar rentabilidad financiera y el flujo de fondos generado por el proyecto. La evaluación se realiza a través de la presentación sistemática de los costos y beneficios financieros de un proyecto, los cuales se resumen en indicadores de rentabilidad.

### **Valor actual neto**

Consiste en traer todos los flujos de caja netos al valor presente, este dato nos puede dar como resultado un valor positivo o negativo. Si el valor es igual a cero o menor el proyecto no es rentable, se vuelve rentable si este es mayor que cero. Entre más alto es el valor más rentable será el negocio. El Valor actual neto también conocido valor actualizado neto, es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

### **Tasa interna de retorno**

Se define como la tasa de descuento que hace en el valor presente neto sea cero: es decir que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada (TIR).

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

Dónde: n = número de períodos durante los cuales se quiere capitalizar la inversión inicial.

$$TIR = T_m + D_t \frac{VAN\ MENOR}{VAN\ MENOR - VAN\ MAYOR}$$

Si la TIR es menor a la tasa de interés que pagan los bancos, el proyecto no es factible.

### **Relación beneficio costo**

Es una técnica importante dentro del ámbito de la teoría de la decisión. Pretende determinar la conveniencia de proyecto mediante la enumeración y valoración posterior en términos monetarios de todos los costos y beneficios derivados directa e indirectamente de dicho proyecto sabiendo cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto.

$$\text{RELACIÓN BENEFICIO/COSTO} = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$$

### **Periodo de recuperación de capital**

Permite conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utiliza el flujo neto y la inversión. Proyecto reembolsará el desembolso original de capital.

$$\text{PRC} = \frac{\text{Flujo neto - inversión}}{\text{Flujo Neto (último año)}}$$

### **Análisis de sensibilidad**

Es un término financiero, muy utilizado en el mundo de la empresa a la hora de tomar decisiones de inversión, que consiste en calcular los nuevos flujos de caja y el VAN al cambiar una variable (la inversión inicial,

la duración, los ingresos, la tasa de crecimiento de los ingresos, los costes, etc.).

Diferencia de TIR = TIR del Proyecto – Nueva TIR

$$\% \text{ de variación} = \frac{\text{Diferencia entre TIR}}{\text{TIR del Proyecto}} * 100$$

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

Análisis de sensibilidad con el incremento y disminución de los costos

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

Análisis de sensibilidad con disminución de los costos

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

## **e. MATERIALES Y MÉTODOS**

Para proceder a desarrollar la investigación se hizo uso de los siguientes materiales.

### **Materiales**

#### **Útiles de oficina**

- ❖ Lápices
- ❖ Cuaderno
- ❖ Esferos
- ❖ Carpetas
- ❖ Anillados
- ❖ Papel bon
- ❖ Tinta de impresora
- ❖ Flash memory
- ❖ Cd

#### **Equipo de Computación y Oficina**

- ❖ Una computadora
- ❖ Una impresora
- ❖ Una calculadora

## **MÉTODOS**

Entre los métodos que se tuvo que aplicar en el trabajo de investigación tenemos los siguientes:

**Método Científico:** Este método tiene inmerso consigo una serie de actividades y procedimientos sistematizados que el investigador, utiliza para llegar a la verdad sobre la producción y comercialización del producto; en estudio el método científico se fundamenta especialmente en las teorías experimentales, la verificación lógica, la creatividad y tomar diversas decisiones metodológicas con datos otorgados flexibles a su comprobación

de manera consecutiva en la práctica y se ajusta a la comprensión haciendo relación con la realidad.

Se utilizó también este método para la revisión de literatura y para todos los procedimientos matemáticos que se utilizaron en el transcurso de la investigación.

**Método Inductivo:** Se lo utilizó para desarrollar el trabajo de investigación, estudio por estudio para obtener la factibilidad o no del proyecto estableciendo una comparación de la realidad nacional y local.

**Método Analítico:** Fue utilizado para interpretar los resultados obtenidos en el estudio de mercado, los contenidos teóricos prácticos en la formulación y evaluación del proyecto, lo que nos permitió procesar adecuadamente la información obtenida en el trabajo de campo y llegar a deducir las debidas conclusiones y recomendaciones.

Para la recopilación de la información al inicio se utilizó las siguientes técnicas:

## **TÉCNICAS**

**Bibliográfica.-** Permitted seleccionar y recopilar todo el material de la bibliografía relacionado con el tema de la investigación como son: libros, revistas, folletos, internet, etc.

**Observación.-** Permitted corroborar y comprobar cómo se encuentra el mercado para poder tener información de cómo introducir este producto al mercado y también de cómo llegar hacia el consumidor final.

**Encuesta.-** Se aplicó a la población de la ciudad de Loja esta información recolectada que sirvió para realizar evaluar y analizar las diferentes variables como gustos, preferencias, etc. existentes en la población.

**Entrevista.-** Se aplicó a los dueños de los diferentes locales comerciales que venden diferentes aromas de café existen en la ciudad de Loja.

### **El Muestreo**

Es una herramienta de la investigación científica. Su función básica es determinar que parte de una realidad en estudio (población o universo) debe examinarse con la finalidad de hacer inferencias sobre dicha población.

### **Definición de la Población**

**Población:** La población a quien va dirigido el producto es a la ciudad de Loja que es de 180.617 que comprende las parroquias urbanas como son: El Valle, Sucre, San Sebastián y El Sagrario de las cuales 88.805 son mujeres que representa el 52,15%; con una tasa de crecimiento de 2.65%. De la cual hemos tomado solo a las familias por cuanto es un producto que va ser consumido por las familias. En el siguiente cuadro se expone la proyección de la población hasta el año 2017, tomando en cuenta que el proyecto será para 5 años de vida útil.

### **POBLACIÓN DE LOJA**

<b>Años</b>	<b>Población Proyectada</b>	<b>Población de Familias</b>
	2,65	
2012	190.317	47.579
2013	195.360	48.840
2014	200.537	50.134
2015	205.852	51.463
2016	211.307	52.827
2017	216.906	54.227

**Fuente:** Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y censos INEC

**Interpretación:** La autora

$$Pf = 180617 (1 + 2.65)^1$$

$$Pf = 180617 (1 + 0.0265)^1$$

$$Pf = 180617 (1.0265)^2$$

$$Pf = 180617 (1.0265)^2$$

$$Pf = 190317$$

**Muestra.-** Para determinar la muestra hemos tomado el número de familias del cantón Loja del año 2012 que representa a **47.579** familias.

### PROYECCIÓN PARROQUIAS URBANAS

TOTAL ENCUESTAS APLICAR		
PARROQUIAS	POBLACIÓN FAMILIAS	No. DE ENCUESTAS
El Valle	8564	71
Sucre	16653	139
Sagrario	6661	56
San Sebastián	15701	130
<b>Total</b>	<b>47579</b>	<b>396</b>

**Fuente:** Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC)

**Elaborado:** La autora

### MUESTRA

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

$$n = \frac{47.579}{1 + 47.579(5\%)^2}$$

**n=** Tamaño de muestra  
**e=** margen de error (5%)=0,05  
**N=** población o universo (población en estudio)  
**1=** Constante

$$n = \frac{\sqrt{47579}}{1 + 47579(0.05)^2}$$

$$n = \frac{47579}{119948}$$

$$n = 396$$

Al momento de aplicar las 396 encuestas a las familias de la ciudad de Loja, mediante una regla de tres se pudo obtener la cantidad de encuestas que le corresponde a cada parroquia que están dentro de la ciudad como son: El Valle se aplicaron 71 encuestas, Sucre se emplearon 139, San Sebastián se designaron 130 y el Sagrario se aplicaron 56 encuestas.

## **EL PROCEDIMIENTO**

Dentro del proyecto de tesis se lo desarrollo mediante cuatro estudios como son: estudio de mercado que permitió conocer los antecedentes de la oferta actual y potencial, establecer lo que se va a vender, saber a quién y cómo se lo puede vender, conocer los gustos y preferencias de nuestros clientes, conocer la competencia y contrarrestar sus efectos, evaluar resultados de estrategias de comercialización y conocer los precios para vender en este caso el café de cereales por libras.

En el estudio técnico se elaboró una descripción detallada del proceso de producción, teniendo en cuenta el tamaño y las características necesarias de la nueva empresa como lo son ubicación, servicios públicos, medios de transporte, etc.; en este paso también se debe nombrar las necesidades tecnológicas que se requiere y sus respectivos beneficios.

En el estudio financiero se debe contener información acerca de un plan de financiamiento nombrando aspectos como los recursos con los que cuenta, las necesidades de crédito o inversión.

Se debe describir y elaborar tablas que sustenten su proyección de ventas y de costos, e incluir una descripción del flujo de caja, esta proyección debe hacerse de manera anual. Se debe tener en cuenta el costo total, la rentabilidad y los ingresos esperados deben estar claramente identificados.

En el estudio organizacional se representa uno de los aspectos más importantes dentro de esta investigación, se designan funciones y responsabilidades sustentándolas en un organigrama dónde se adopte y se describa la cultura organizacional de la empresa.

Se incluye el aspecto legal de la empresa, nombrando su razón social y objetivo social, los permisos que requiere, y los respectivos trámites de constitución de la empresa con sus respectivas normas, leyes, reglamentos y lo que establezca la ley.

## **f . RESULTADOS**

### **Diagnóstico del Sector**

Loja, situada en la parte oriental de la provincia de Loja, en el sur de Ecuador. Es la capital de la provincia y cantón homónimos. Loja tiene una rica tradición en las artes, y por esta razón es conocida como la Capital Musical y Cultural del Ecuador. La ciudad tiene dos universidades importantes: la Universidad Nacional de Loja, fundada en 1859 por el Gobierno Federal de Loja es la Universidad en funciones más antigua del país después de la Universidad Central del Ecuador (Quito), y la Universidad Técnica Particular de Loja, fundada en 1971, es la tercera en población universitaria. Por su desarrollo y ubicación geográfica fue nombrada sede administrativa de la región sur o zona 7 comprendida por las provincias de El Oro, Loja y Zamora Chinchipe.

La economía de la provincia de Loja es la duodécima del país, experimentó un crecimiento promedio del 3.67% entre 2002 y 2007.

Crecimiento que se ubicó por debajo del promedio nacional de 4.3% durante el mismo periodo. La inflación al consumidor de enero de 2009 estuvo situada alrededor del 0.60% en la ciudad de Loja, por debajo de la media nacional de 8.83, según el INEC. Loja es la ciudad con mayor influencia sobre el PIB de la provincia homónima, de acuerdo con al estudio, efectuado por el Banco Central del Ecuador, en el 2007 la economía Lojana generó un PIB de 412.464 miles de dólares, lo que represento alrededor de 1,9 de la economía nacional.

"La población económicamente activa del cantón Loja, según el Censo del 2001, está dedicada mayoritariamente a la agricultura y ganadería (19%), seguida del comercio (17%) y por el grupo humano que está dedicado a la enseñanza (17%), el resto del porcentaje (30%) de la PEA está ubicado

en actividades tales como construcción, administración pública, industrias manufactureras y transporte y comunicaciones".

La industria manufacturera es demasiado embrionaria en la Provincia de Loja, una excepción de lo analizado constituye la empresa Malca o Monterrey, emplazada en el valle del Catamayo en el año 1963 y orientada a la producción de azúcar. Esta empresa agroindustrial, sigue siendo una de las más importantes de la provincia tanto desde el punto de vista del empleo como de las inversiones y de la producción que genera.

De acuerdo al Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca, la mayoría de las industrias lojanas se enmarcan dentro de la pequeña industria, siendo las más numerosas aquellas que se dedican a la industrialización de la madera (27%), y alimentos, bebidas y tabacos (22%). "En los registros de la cámara de comercio de Loja se encuentran inscritos 1.100 diversos establecimientos de comercio dedicados a actividades como importación, exportación, servicios, manufactura, despensas, abarrotes, imprentas, agencias y representaciones entre otros.

### **Estudio del Mercado**

Para este proyecto se considera como el principal mercado la ciudad de Loja, sin embargo a las condiciones de la demanda se puede ampliar para las familias del cantón y provincia de Loja.

### **Población y Muestra**

**Población:** La población tomada para este proyecto de la ciudad de Loja, de la cual fue tomado solo a las familias por cuanto es un producto que va hacer consumido por las familias de la ciudad de Loja con una tasa de crecimiento del **2,65 %**. Los datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo en el año 2010 fue la población de la ciudad de Loja

de **180.617** habitantes de ahí hemos proyectado hasta el año 2012 obteniendo una población total de **190.317** habitantes.

### **POBLACIÓN TOTAL**

<b>Años</b>	<b>Población Total</b>	<b>Numero de Familias</b>
	2,65	
2012	190.317	47.579
2013	195.360	48.840
2014	200.537	50.134
2015	205.852	51.463
2016	211.307	52.827
2017	216.906	54.227

**Fuente:** INEC 2010

**Elaboración:** La autora

### **Muestra**

Para determinar la muestra hemos tomado el número de familias de la ciudad de Loja del año 2012 que representa a 47.579 familias.

### **Análisis de los Resultados**

Tabulación, representación gráfica e interpretación de las encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja. Al determinar el nivel de la demanda es fundamental para cualquier proyecto, pues de ella depende la capacidad de venta que se instale en el proyecto. Es importante la aceptación del proyecto y la capacidad adquisitiva de los demandantes; en todo caso se debe considerar adecuadamente la demanda potencial, la demanda real y la demanda efectiva.

La demanda potencial considera el universo del segmento seleccionado, la demanda real considera a la proporción que manifiesta su aceptación al producto y la demanda efectiva considera el segmento que manifiesta aceptación al producto y efectivamente puede adquirirlo.

## 1. En su familia consume café

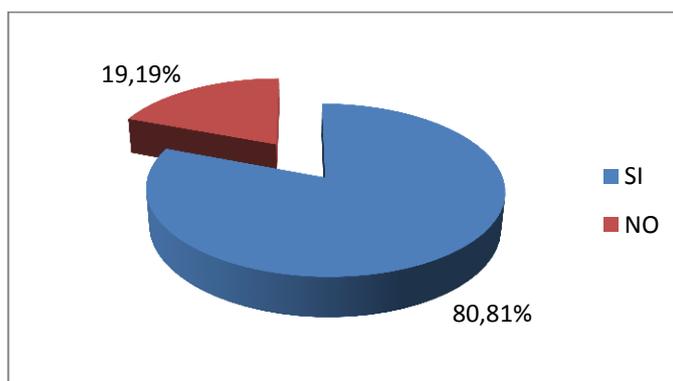
Cuadro Nº 1

Variable	Frecuencia	%
Si	320	80,81%
No	76	19,19%
<b>Total</b>	<b>396</b>	<b>100%</b>

Fuente: Aplicación de las encuestas

Elaboración: Las autora

Gráfico Nº 1



**Análisis:** Esta pregunta nos permitió identificar la demanda actual del producto dentro de la ciudad de Loja, obteniendo un 80,81% que corresponden a 320 personas si consumen café y un 19,19% que corresponde a 76 personas no consumen café.

**Interpretación:** Según las encuestas aplicadas a las familias podemos decir que la mayor parte de ellas consumen café.

## 2 ¿Que tipo de café consume regularmente?

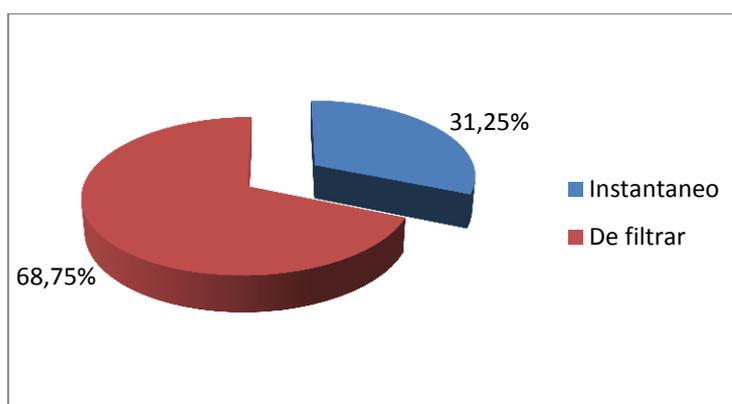
**Cuadro N° 2**

Variable	Frecuencia	%
Instantáneo	100	31,25%
De filtrar	220	68,75%
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Aplicación de las encuestas

**Elaboración:** Las autoras

**Gráfico N° 2**



**Análisis:** Esta pregunta se formuló para determinar la demanda potencial que el 31,25% consumen café instantáneo que corresponde a 100 personas y un 68,75% que consumen café de filtrar

**Interpretación:** De acuerdo a la pregunta aplicada a las familias nos manifiestan que la mayor parte prefieren café de filtrar a donde se dirige nuestra producción.

**3. ¿Sabía usted que el café tradicional causa en su organismo acidez estomacal, úlceras y altera el sistema nervioso?**

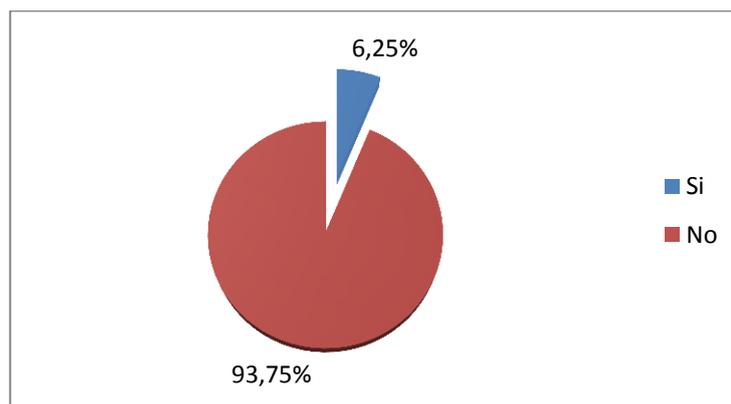
**Cuadro N° 3**

Variable	Frecuencia	%
Si	20	6,25%
No	300	93,75%
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Aplicación de las encuesta

**Elaboración:** Las autoras

**Gráfico N° 3**



**Análisis:** Con respecto a las personas que no sabían que el café común causa algunas molestias en su estomago nos contestaron en un 93,75% mientras que el 6,25 % si saben las consecuencias que causa el café en su organismo.

**Interpretación:** Podemos observar que la mayoría de las personas saben lo perjudicial que es consumir café en exceso y los daños que causa en su organismo.

#### 4. ¿En su alimentación diaria consume usted bebidas sin cafeína?

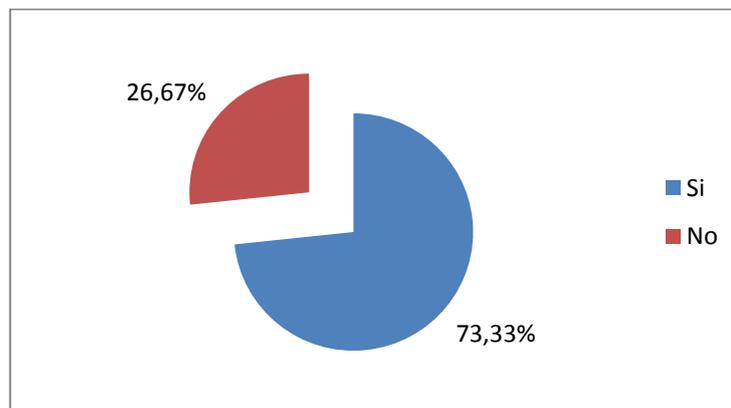
**Cuadro N° 4**

Variable	Frecuencia	%
Si	220	73,33%
No	80	26,67%
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Aplicación de las encuestas

**Elaboración:** La autora

**Gráfico N° 4**



**Análisis:** En lo que respecta a esta pregunta la mayoría de las personas consumen bebidas con cafeína en un 73,33% mientras el 26,67% evitan tomar bebidas con cafeína.

**Interpretación:** De acuerdo a la pregunta realizada la mayor parte de la población consume bebidas que contiene cafeína, mientras la otra parte evitan consumir bebidas que contengan cafeína.

## 5. ¿Consumen en sus familias cereales?

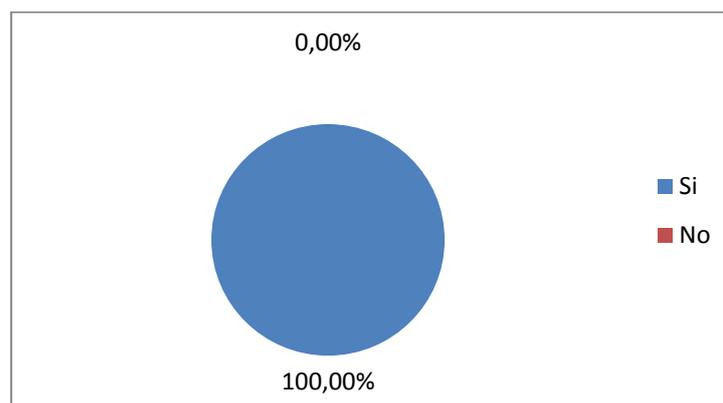
**Cuadro Nº 5**

Variable	Frecuencia	%
Si	300	100,00%
No	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Aplicación de las encuestas

**Elaboración:** Las autoras

**Gráfico Nº 5**



**Análisis:** De las encuestas aplicadas a los consumidores el 100% de ellas nos manifestó que si consumen cereales en gran cantidad porque son beneficiosos para su salud.

**Interpretación:** En esta pregunta las personas nos respondieron que en sus hogares consumen cereales porque son muy nutritivos.

## 6. Ha consumido usted alguna vez café de cereales

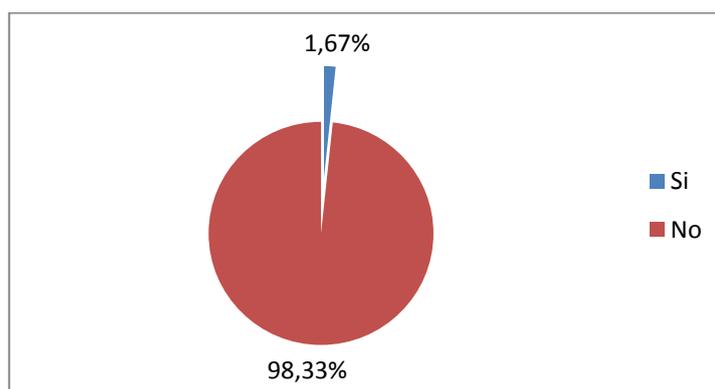
Cuadro N° 6

Variable	Frecuencia	%
Si	5	1,67%
No	295	98,33%
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100%</b>

Fuente: Aplicación de las encuestas

Elaboración: Las autora

Gráfico N° 6



**Análisis:** Según de los datos obtenidos con las encuestas se puede apreciar que el 1,67% ha consumido alguna vez un café a base cereales, mientras que el 98,33% desconoce de este producto en el mercado.

**Interpretación:** Lo que se puede ver en el grafico es que algunas personas si han consumido alguna vez un café a base de cereales mientras que la mayoría de las personas desconocen de esta clase de café de cereales.

7. ¿Sabia usted que el café de cereales es una alternativa nutritiva y medicinal que contiene calcio sin cafeína y contribuye al bienestar de su salud?

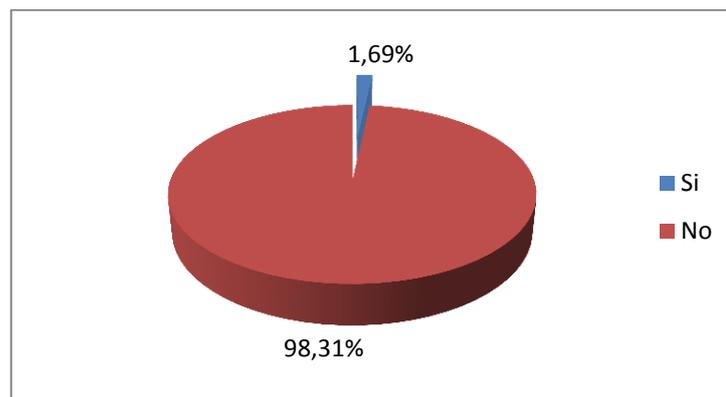
**Cuadro Nº 7**

Variable	Frecuencia	%
Si	5	1,69%
No	290	98,31%
<b>Total</b>	<b>295</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Aplicación de las encuesta

**Elaboración:** La autora

**Gráfico Nº 7**



**Análisis:** Con respecto a esta pregunta nos respondieron que el 1,69% conocen que es bueno consumir café de cereales para la salud pero el 98,31% desconocen del alto valor nutritivo del café a base de cereales.

**Interpretación:** En lo referente a esta pregunta algunas personas conocen de los beneficios al momento de consumir un café que contengan cereales mientras la mayoría no ha consumido un café que sea a base de cereales.

8. ¿Conociendo usted todas las características que tiene el café de cereales estaría dispuesto a comprar?

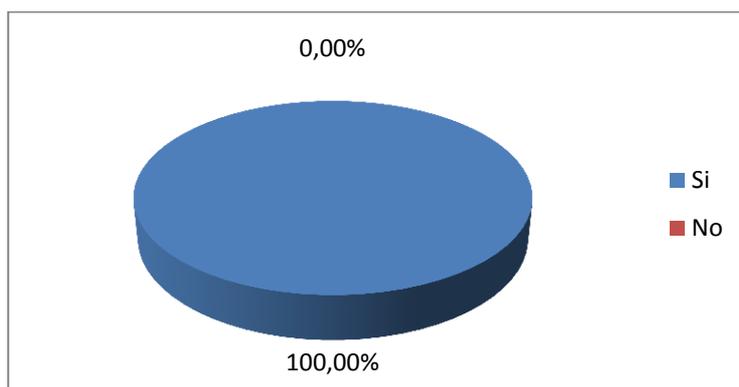
Cuadro Nº 8

Variable	Frecuencia	%
Si	295	100,00%
No	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>295</b>	<b>100%</b>

Fuente: Aplicación de las encuestas

Elaboración: La autora

Gráfico Nº 8



**Análisis:** De acuerdo a esta pregunta nos respondieron que si estarían dispuestos a consumir el producto café a base de cereales en sus hogares por no contiene cafeína.

**Interpretación:** En el grafico se puede observar que las personas estarían dispuestas a consumir este producto como es el café a base de cereales porque no afectaría a su salud.

9. ¿Si se llegara a instalar una empresa productora y comercializadora de café de cereales consumiría el producto que se oferta como una nueva cultura gastronómica.

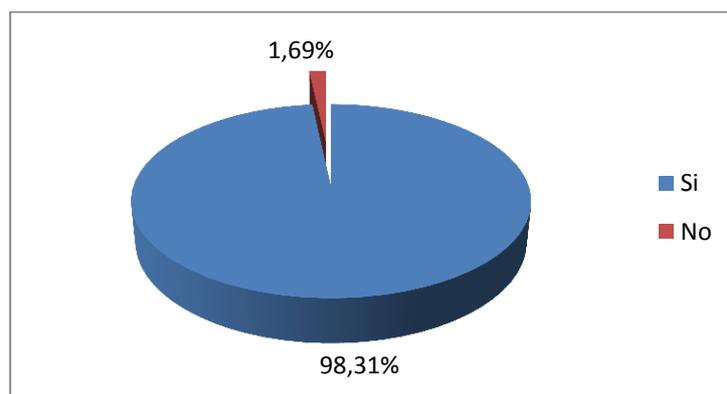
Cuadro Nº 9

Variable	Frecuencia	%
Si	290	98,31%
No	5	1,69%
<b>Total</b>	<b>295</b>	<b>100%</b>

Fuente: Aplicación de las encuestas

Elaboración: Las autoras

Gráfico Nº 9



**Análisis:** Según los datos obtenidos el 98,31% están de acuerdo que se instale una empresa productora y comercializadora de café de cereales mientras que el 1,69% no consumirían dicho producto.

**Interpretación:** En cuanto ha si se llegara a instalar una empresa productora y comercializadora de café a base de cereales la mayoría de ellos consumiría dicho producto mientras que la menor parte no adquiriría este nuevo producto.

**10. ¿Con que frecuencia consumiría usted el café de cereales?**

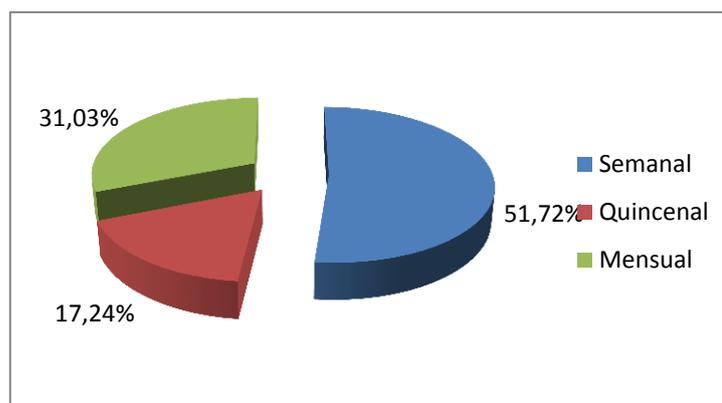
**Cuadro N° 10**

<b>Variable</b>	<b>Libras</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Semanal	1 libra.	150	51,72%
Quincenal	2 libra.	50	17,24%
Mensual	4 a 6	90	31,03%
<b>Total</b>		<b>290</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Aplicación de las encuestas

**Elaboración:** La autora

**Gráfico N° 10**



**Análisis:** En lo referente al consumo del café de cereales un 51,72% lo consumiría semanal mientras el 31,03% lo preferiría tomarlo mensual y el otro 17,24% lo consumiría quincenal al café de cereales.

**Interpretación:** Lo que se puede observar es que la mayoría de los consumidores van adquirir este producto café a base de cereales semanalmente.

### 11. ¿En que lugares le gustaría que se expenda el producto?

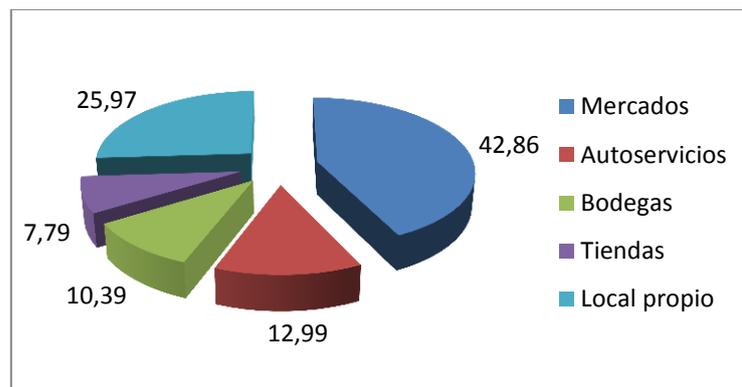
**Cuadro N° 11**

Variable	Frecuencia	%
Mercados	165	42,86
Autoservicios	50	12,99
Bodegas	40	10,39
Tiendas	30	7,79
Local propio	100	25,97
<b>Total</b>	<b>385</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Aplicación de las encuestas

**Elaboración:** La autora

**Gráfico N° 11**



**Análisis:** De acuerdo con los datos establecidos a los encuestados de en que lugar le gustaría que se expenda el producto café de cereales un 42,86% manifestó que el mercado se expenda el producto, el 25,97% preferirían comprar en el local propio, el 12,99% en autoservicios, el 10,39% en bodegas, y el 7,79% en tiendas.

**Interpretación:** En este grafico se puede observar que la mayoría de las personas les gustaría que el producto café de cereales sea vendido en los mercados.

12. ¿Porque medios le gustaría que se de a conocer el nuevo producto?

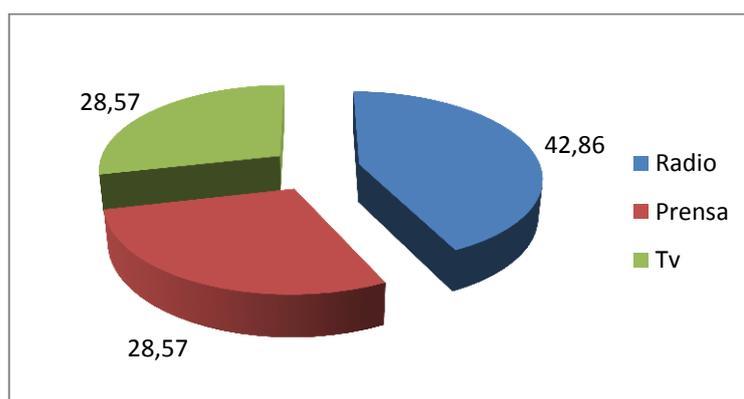
**Cuadro N° 12**

Variable	Frecuencia	%
Radio	150	42,86
Prensa	100	28,57
Tv	100	28,57
<b>Total</b>	<b>350</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Aplicación de las encuestas

**Elaboración:** Las autoras

**Gráfico N° 12**



**Análisis:** De acuerdo a los datos los principales medios de información más escuchados son la radio con el 42,86%, el 28,57% dicen que el mejor medio es la televisión en las tardes y el otro 28,57% revisan la prensa tanto en la mañana como en la tarde.

**Interpretación:** En lo que respecta a esta pregunta la población de la ciudad de Loja prefiere informarse por los medios radiales, mientras el resto de personas se informan por medio de la televisión o de la prensa.

## ENCUESTA DIRIGIDA A LOS SEÑORES QUE COMERCIALIZAN CAFÉ

### 1. ¿Vende en su negocio café?

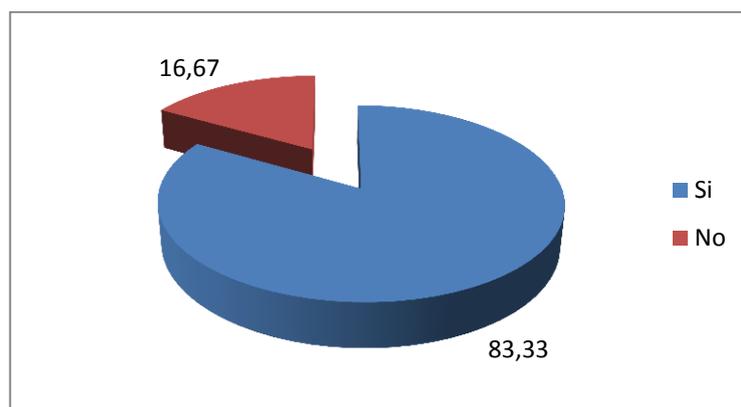
Cuadro Nº 1

Variable	Frecuencia	%
Si	5	83,33
No	1	16,67
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100</b>

Fuente: Locales de café

Elaboración: La autora

Gráfico Nº 1



**Análisis:** De las encuestas aplicadas a los dueños de los locales que venden café nos supieron manifestar que 5 locales venden café con un 83,33% y mientras uno nos indica que no vende café con un 16,67.

**Interpretación:** Según las encuestas aplicadas a los locales podemos decir que la mayor parte de familias si consumen este producto.

## 2. ¿Cuántas libras de café vende a diario en su negocio?

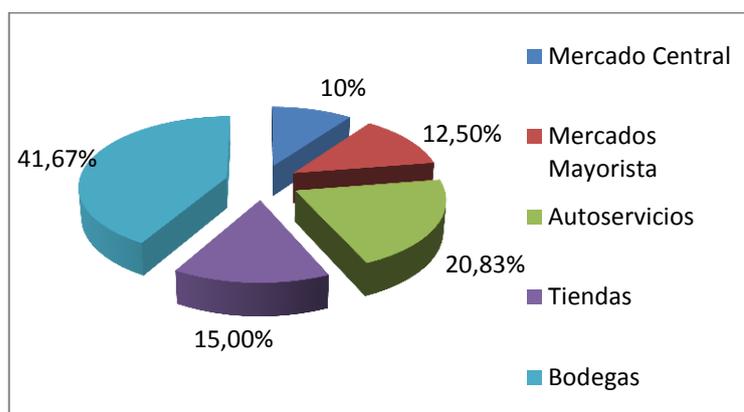
**Cuadro Nº 2**

<b>Empresa</b>	<b>Diario</b>	<b>Mensual</b>	<b>%</b>
Mercado Central	120	3600	10,00
Mercados Mayorista	150	4500	12,50
Autoservicios	250	7500	20,83
Tiendas	180	5400	15,00
Bodegas	500	15000	41,67
<b>Total</b>			<b>100</b>

**Fuente:** Locales de café

**Elaboración:** La autora

**Gráfico Nº 2**



**Análisis:** Con esta pregunta sirvió para conocer cuántas libras de café venden diariamente el mercado central con el 10% en ventas de café, el 12,50% el mercado mayorista, en las tiendas con un 15%, los autoservicios con el 20,83% y las bodegas con el 41,67% en ventas de café.

**Interpretación:** Lo que nos indica que el café es un producto que se compra a diario por las familias a donde va dirigida nuestro producto.

### 3. ¿Cuánto vale la libra de café en su negocio?

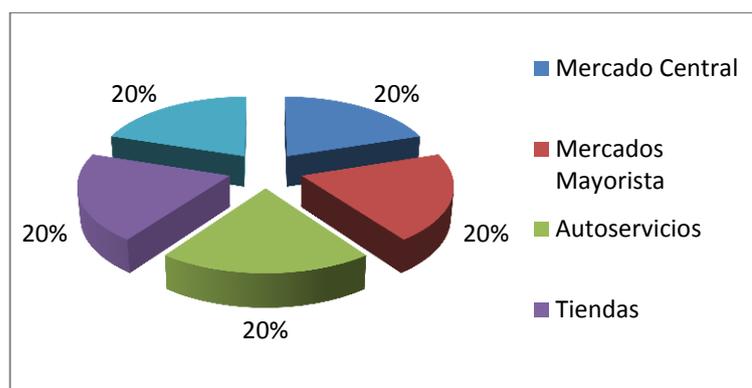
**Cuadro Nº 3**

Variable	Precio Venta	Frecuencia	%
Mercado Central	2,25	1	20
Mercados Mayorista	2,75	1	20
Autoservicios	2,75	1	20
Tiendas	2,50	1	20
Bodegas	2,35	1	20
<b>TOTAL</b>		<b>5</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Locales de café

**Elaboración:** Las autoras

**Gráfico Nº 3**



**Análisis:** En cuanto al café de filtrar que se expende en el mercado central, mayorista, en los autoservicios, en tiendas y las bodegas tienden a tener casi una igualdad en los precios ya que varían de acuerdo al lugar donde las personas quieren comprar.

**Interpretación:** En este gráfico se indica que cada persona compra de acuerdo a su presupuesto por lo que es un producto que no deja de ser consumido por la mayoría de las personas.

#### 4. ¿Cómo consideran sus clientes el precio del café?

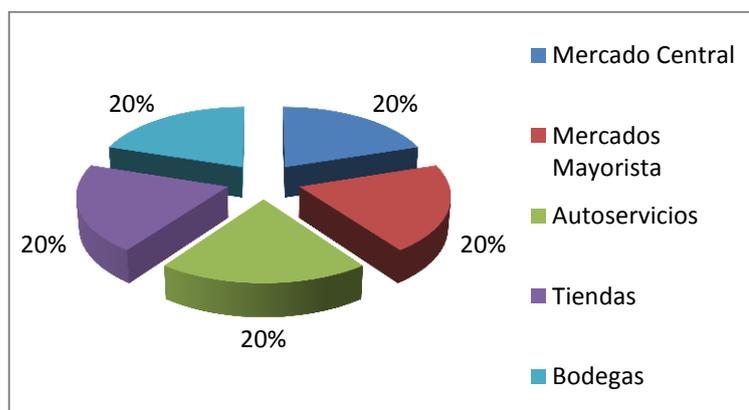
**Cuadro Nº 4**

Variable	Factor	Frecuencia	%
Mercado Central	Económico	1	20
Mercados Mayorista	Medio Alto	1	20
Autoservicios	Medio Alto	1	20
Tiendas	Medio Alto	1	20
Bodegas	Económico	1	20
<b>TOTAL</b>		<b>5</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Locales de café

**Elaboración:** La autora

**Gráfico Nº 4**



**Análisis:** Los dueños de los locales que venden café expresan que sus consumidores consideran los precios del mismo en algunos económicos y en otro medio alto.

**Interpretación:** En cuánto a los precios del café los consumidores saben a la hora de comprar este producto donde tengan un precio justo y sea accesible a su economía.

5. ¿Si se llegara a instalar una empresa productora y comercializadora de café de cereales de elevadas características nutricionales y medicinales. Vendería usted este producto?

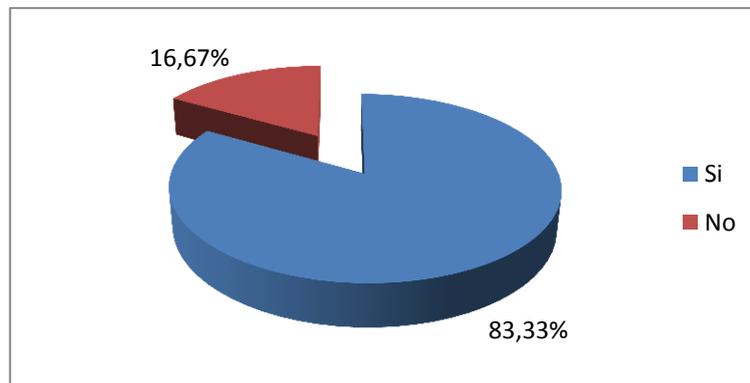
Cuadro N° 5

Variable	Frecuencia	%
Si	5	83,33
No	1	16,67
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100</b>

Fuente: Locales de café

Elaboración: La autora

Gráfico N° 5



**Análisis:** Con esta pregunta sirvió para conocer si estos ofertantes están dispuestos a vender el producto que se va realizar cuando se instale la empresa en la ciudad de Loja dándonos así un 83,33% con buenos resultados para producir el producto mientras que un 16,67% no lo consumirá.

**Interpretación:** En esta pregunta podemos observar que la mayoría si esta de acuerdo en que se instale una empresa productora y comercializadora de café de cereales mientras una minoría no lo haría.

## 6. ¿Por qué medios publicitarios usted oferta sus productos?

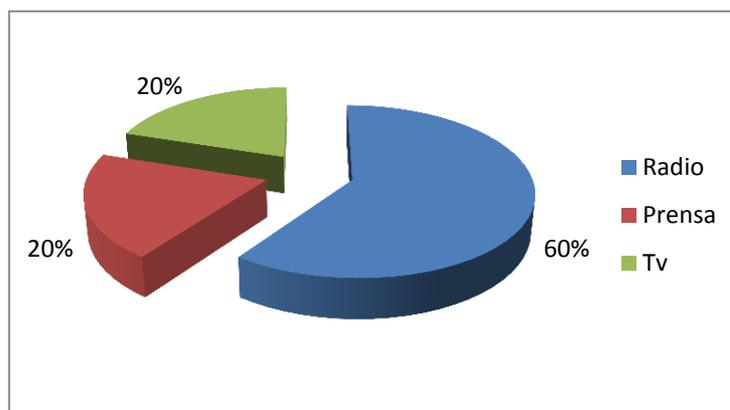
Cuadro Nº 6

Variable	Frecuencia	%
Radio	3	60,00
Prensa	1	20,00
Tv	1	20,00
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100</b>

Fuente: Locales de café

Elaboración: La autora

Gráfico Nº 6



**Análisis:** De acuerdo a la respuesta vemos que el 60% escucha más lo que es Radio, 20% la Tv y el 20% la Prensa.

**Interpretación:** Las personas prefieren más escuchar la radio ya ahí se enteran de los nuevos productos o marcas que salen al mercado para que sean adquiridos lo que nos ayudaría a exponer de mejor manera nuestro producto

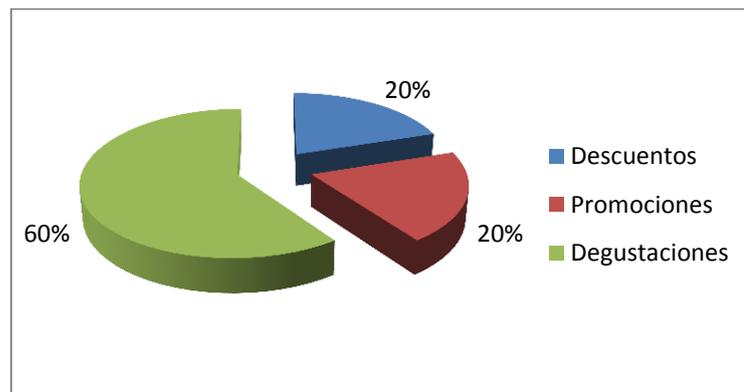
## 7 ¿Ofrece usted a sus clientes alguna clase de?

Cuadro Nº 7

Variable	Frecuencia	%
Descuentos	1	20,00
Promociones	1	20,00
Degustaciones	3	60,00
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Locales de café  
**Elaboración:** La autora

Gráfico Nº 7



**Análisis:** La clase de promociones que ofrecen a su clientela es la degustación de sus productos con un 60% para que sepan el sabor, aroma de que van a deleitar, mientras el 20% ofrece promociones y el 20% más prefiere los descuentos para la economía.

**Interpretación:** Lo que se puede ver en este grafico es que la mayor parte de los consumidores prefiere degustar o probar el producto para saber su aroma y sabor

### 8. ¿Usted distribuye el café a otros lugares de consumo?

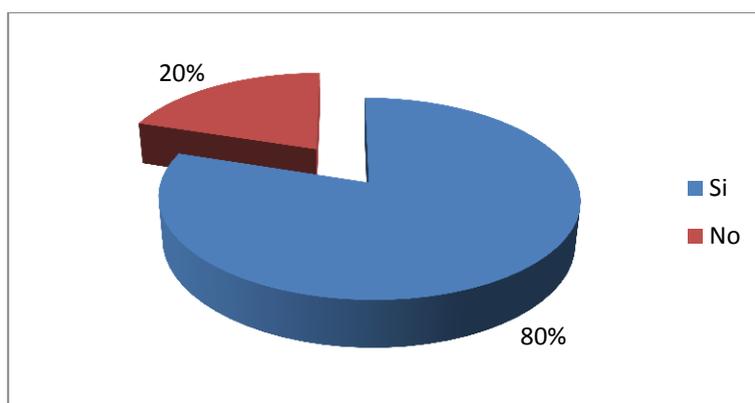
**Cuadro Nº 8**

Variable	Frecuencia	%
Si	4	80,00
No	1	20,00
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Locales de café

**Elaboración:** La autora

**Gráfico Nº 8**



**Análisis:** En cuánto a la respuesta por parte de nuestros oferentes algunos de ellos si expende a otros lugares con el 80% y mientras el 20% donde distribuye a ningún lugar sus productos.

**Interpretación:** La mayoría de los locales que expende café si distribuye a otros sectores por lo que es beneficioso para hacer conocer su producto mientras algunos no se atreven a comercializar a otros lados.

## **g. DISCUSIÓN**

### **Estudio de Mercado**

La presente propuesta, es una estructura de un estudio de mercado para establecer la demanda que tiene el café de cereales en la ciudad de Loja, con el fin de desarrollar una bebida sana en la región, lo que representa una ventaja para el desarrollo de la presente propuesta.

### **Objetivos del Estudio de Mercado**

- Realizar una segmentación correcta y sistematizada del mercado.
- .Establecer gustos y preferencias de la población establecida en cuantos al consumo de champiñones en la ciudad de Loja.
- Conocer la frecuencia de consumo de champiñones y determinar la oferta total teniendo en cuentas las empresas competidoras al realizar el respectivo proceso cuantitativo.
- Establecer estrategias de mercado para el producto, precio, plaza y publicidad.
- Establecer la demanda insatisfecha del producto.

### **Análisis de la Demanda**

La demanda se puede definir como la cantidad de bienes y servicios que un segmento de mercado necesita y que una empresa tiene la disponibilidad de ofertar.

Para lo cual en el presente proyecto está direccionado a la ciudad de Loja y el segmento escogido son las familias, puesto que el café de cereales es un producto de consumo natural, ya sea por la facilidad de preparación, tiempo y ahorro de dinero.

### **Demanda Potencial**

Para determinar la demanda potencial hemos tomado en cuenta la pregunta N.1 que refleja que un 80,81% de las familias de ciudad de Loja consumen lo que refleja que este mercado puede ser factible para el consumo de café de cereales.

**Cuadro N°. 13**

<b>DEMANDA POTENCIAL DEL CAFÉ DE CEREALES</b>				
<b>Nº</b>	<b>Años</b>	<b>Población Proyectada</b>	<b>%</b>	<b>Demanda potencial</b>
0	2012	190317	80,81	38449
1	2013	195360	80,81	39468
2	2014	200537	80,81	40514
3	2015	205852	80,81	41587
4	2016	211307	80,81	42689
5	2017	216906	80,81	43821

**Fuente:** Aplicación de las encuestas

**Elaboración:** La autora

### **Demanda Real**

Para determinar la demanda real hemos tomado en cuenta la pregunta N.2 que da un 68,75% de las familias de la Ciudad de Loja que si consumen café. Viendo esto positivo para nuestro proyecto de factibilidad.

**Cuadro N°. 14**

<b>DEMANDA REAL DEL CAFÉ DE CEREALES</b>				
<b>Nº</b>	<b>Años</b>	<b>Demanda Potencial</b>	<b>%</b>	<b>Demanda Real</b>
0	2012	38449	68,75	26434
1	2013	39468	68,75	27134
2	2014	40514	68,75	27853
3	2015	41587	68,75	28591
4	2016	42689	68,75	29349
5	2017	43821	68,75	30127

**Fuente:** Aplicación de las encuestas

**Elaboración:** La autora

### Consumo Promedio

Se obtuvo en el consumo anual per cápita, tomando como referencia la pregunta N° 10 de la tabulación de datos la cual se formuló en forma semanal, Quincenal y Mensual, teniendo esto en cuenta se realizó el correspondiente cálculo matemático en el cuadro N° 10 , con los valores obtenidos se establece.

El consumo anual del café de cereales que es de 54 libras por familia que consume anualmente y esto dividido mensualmente da un promedio de 4,5 libras siendo estos resultados positivos para nuestro proyecto, puesto que podemos entender que el café de cereales es un producto prioritario en la alimentación diaria.

**Cuadro N°. 15**

#### Consumo promedio Anual Perca pita

<b>Semanal</b>		<b>media</b>	semanal	anual
variable	Frecuencia	1	150	7800
1 libra.	150			7800
<b>Total</b>	150			
Quincenal				
	Frecuencia			
2 libra.	50	2	100	2400
<b>Total</b>	50			2400
Mensual				
	Frecuencia			
4 a 6	90	5	450	5400
<b>Total</b>	90			5400
	290			15600

**Fuente:** Aplicación de las encuestas

**Elaborado:** La autora

$$C. A. P = \frac{15600}{290} = 54 \text{ libras}$$

## **Demanda Efectiva**

Para obtener la demanda efectiva se utilizaron los datos de la pregunta N° 9 para hacer el segmento por familias; además se utilizó el consumo anual per cápita para obtener por unidades la demanda efectiva y así saber realmente el porcentaje de nuestra oferta global frente a los consumidores con la finalidad de establecer las expectativas de las familias.

**Cuadro N°. 16**

<b>DEMANDA EFECTIVA DEL CAFÉ DE CEREALES</b>				
<b>Nº</b>	<b>Años</b>	<b>Demanda Real</b>	<b>%</b>	<b>Demanda Efectiva</b>
0	2012	26434	98,31	25987
1	2013	27134	98,31	26675
2	2014	27853	98,31	27382
3	2015	28591	98,31	28108
4	2016	29349	98,31	28853
5	2017	30127	98,31	29617

**Fuente:** Aplicación de las encuestas

**Elaboración:** La autora

## **Análisis de la Oferta**

Se define a la oferta como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios de mercado.

Hay que diferenciar la oferta del término cantidad ofrecida, que hace referencia a la cantidad que los productores están dispuestos a vender a un determinado precio.

## **Oferta Total**

En los mercados, autoservicios, tiendas, bodegas existen variedad de aromas de café tanto de filtrar como instantáneo vienen en sus diferentes empaques como en bolsas, frascos de vidrio, pero el problema radica en las diferentes marcas de café existentes que perjudica la demanda del café de cereales, puesto que es delicado en su proceso de elaboración, teniendo esto en cuenta los diferentes locales más conocidos, debido a que estas empresas no desarrollan su actividad productiva en la ciudad de Loja.

## **Tasa de Crecimiento**

La sacamos calculando los locales comerciales que en el 2010 existían 15 locales y para el 2011 tuvo un crecimiento de 10 locales comerciales más.

Pudimos calcular la tasa de crecimiento aplicando la fórmula que cabe mencionar que la información la obtuvimos del municipio de Loja.

### **Fórmula de la tasa de crecimiento para la oferta**

$$tc = \frac{\sqrt{p/p_0}}$$

$$Tc = \frac{\sqrt{15/25}}$$

$$R = \frac{\sqrt{1,6666}}$$

$$= 1,2909 - 1$$

$$= \mathbf{0,29}$$

**Cuadro N°. 17****CUADRO DE LA OFERTA**

<b>Año</b>	<b>M. Central</b>	<b>Tiendas</b>	<b>M.Mayori.</b>	<b>Autoservic</b>	<b>Bodega</b>	<b>Suma</b>
	3600	5400	4500	7500	15000	36000
2012	43200	64800	54000	90000	180000	432000
2013	55771	83656	69714	116190	232379	557710
2014	72000	108000	90000	150000	300000	720000
2015	92952	139427	116190	193649	387298	929516
2016	120000	180000	150000	250000	500000	1200000
2017	154919	232379	193649	322749	645497	1549193

**Fuente:** Municipio de Loja, Locales Comerciales de la Ciudad

**Elaboración:** La autora

**Demanda Insatisfecha**

Para obtener la demanda insatisfecha se resta la demanda proyectada de la oferta total, todo esto representado en unidades. Se estima una oferta de 36000 libras de café de cereales anuales, para cubrir una demanda de 1.361.912, de 54 libras anuales por familia como mínimo.

**Cuadro N°. 18****Demanda Insatisfecha**

<b>Año</b>	<b>Demanda Proyectada</b>	<b>Oferta Total</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
2012	1397912	36000	1361912
2013	1434956	432000	1002956
2014	1472983	557710	915273
2015	1512017	720000	792017
2016	1552085	929516	622569
2017	1593215	1200000	393215

**Fuente:** Cuadro N° 13 del consumo per cápita

**Elaboración:** La autora

Los resultados obtenidos brindan una perspectiva positiva para el desarrollo de este proyecto de tesis puesto que la demanda insatisfecha muestra un gran mercado por acaparar y posibles consumidores que no están de acuerdo con el producto de la competencia oferta ya sea por problemas de precio, localización no adecuada, calidad etc, lo que representa una oportunidad para encaminar el proyecto.

## **PLAN DE MERCADOTÉCNIA**

### **Producto**

El producto a comercializarse tienen las siguientes características: café de cereales; esto quiere decir que cambiamos el café tradicional por un café de cereales más nutritivo y saludable para el bien de su salud.

La empresa café de cereales ofrece un producto que se va a dar a conocer en el mercado para satisfacer el paladar del consumidor obteniendo un producto con un sabor agradable y no tóxico para su organismo. Además la empresa ofrecerá un producto con la más alta calidad con normas para el cuidado del medio ambiente el cual cubran toda la expectativa de nuestros clientes y este al alcance de su economía.

Dentro de la empresa se contará con la atención personalizada y esmerada para que nuestros clientes depositen la confianza en nuestra empresa y sobre todo consuman lo nuestro 100% Ecuatoriano.

### **Descripción de la marca**

#### **Marca**

El nombre Comercial de nuestra empresa, en la cual sea representativo el café de cereales que ofreceremos a nuestros clientes con una identidad propia será: **Café de Cereales libre de cafeína.**

## Logotipo

La imagen que usaremos en nuestras publicidades para que las personas puedan identificar nuestros productos, donde se demuestra el dinamismo, prestigio, confianza y respaldo que nuestra empresa representará es el siguiente:

### GRÁFICO N°. 13



El Producto será elaborado con cereales ya que la mayoría de la población los consume y se elaborara bajo normas de calidad, para que el consumidor quede conforme por el producto que adquirido.

## Precio

Para establecer un precio se determinó un rango de precios que fueran acorde con la competencia directa de la empresa, a este rango se le aplicó un estudio de mercado para saber el poder adquisitivo de las personas y la cantidad que estarían dispuestos a pagar por este producto. Algunas estrategias que podemos diseñar, relacionadas al precio son:

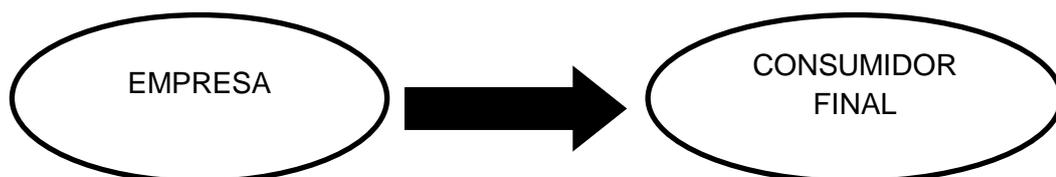
- Lanzar al mercado un nuevo producto con un precio moderado, para que, de ese modo, podamos aprovechar las compras hechas como producto de la novedad.
- Lanzar al mercado un nuevo producto con un precio accesible, para que, de ese modo, podamos crear una sensación de calidad.
- Reducir el precio de un producto, para que, de ese modo, podamos atraer una mayor clientela.
- Reducir los precios por debajo de los de la competencia, para que, de ese modo, podamos bloquearla y ganarle mercado.

### **Plaza - Distribución**

La producción y comercialización es lo relativo al movimiento de bienes y servicios entre productores y usuarios. Para abarcar mayor número de demandantes, la empresa tiene previsto la utilización de algunas estrategias para distribuir sus productos y por ello ha implementado los canales de distribución:

- 1) **DIRECTO:** Se hará directamente en la empresa, acudiendo para ello a sus instalaciones, lo que puede hacerse al por mayor y menor, dependiendo de las necesidades de los demandantes.

**GRÁFICO N°. 14**



## **Promoción**

La promoción será importante en la producción y comercialización y se hará a través de la confección de gorras, camisetas, varios adhesivos, afiches, calendarios que facilitarán la labor de promoción. Además la participación de la entidad para promover el producto del café de cereales y fortalecer su presencia en el mercado.

## **Publicidad**

Es la parte esencial para poder hacer conocer el producto y así mismo venderlo. Para la empresa, la publicidad es una estrategia determinante en el desarrollo de todo el proceso de venta.

- ❖ Realizar cuñas publicitarias en la radio Sociedad por un tiempo de un año en el horario de la mañana de 08H00 a 12H00, con el fin de llegar a la mente del consumidor para que adquiera nuestro producto y sepa los beneficios del café de cereales.
- ❖ Realizar anuncios en el Diario La Hora por un periodo de un año, con la finalidad de dar a conocer la empresa, el producto y lograr mayor aceptación por parte de los consumidores.
- ❖ Realizar spots publicitarios en el canal de Ecotel y UV hasta bombardear al público e informar acerca de este nuevo sobre que esta a la venta producto donde se especifique la ubicación de la empresa y las características del producto y darles a conocer la calidad, el aroma del producto.

## **ESTUDIO TÉCNICO**

Tiene como objetivo determinar la función óptima de la producción, utilización, distribución de los recursos necesarios, el tamaño y localización óptima de la planta, ingeniería del proceso e inversiones durante la vida útil del proyecto, con la finalidad de establecer las condiciones ideales que permitan que la nueva unidad productiva sea más eficiente. El estudio técnico analizará la posibilidad de producir un producto en condiciones de tamaño, localización de la unidad productiva, costos y gastos, todos ellos, en lo más óptimo posible.

### **Localización de la Empresa**

El presente proyecto se realizara en la Región Sierra, Provincia de Loja, Cantón Loja, Ciudad de Loja, en esta ciudad no hay una industria productora y comercializadora de café de cereales. Esta ciudad es una entrada para productos de toda clase de cereales de sus diferentes cantones, esta ubicación es estratégica para poder cubrir un mercado desatendido.

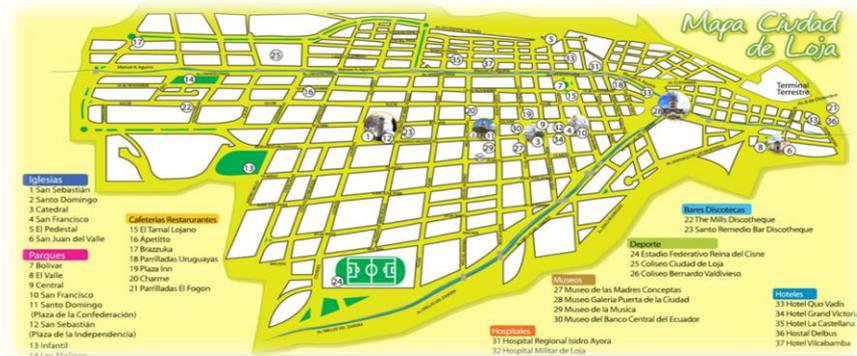
Las características principales de la Ciudad son:

- **Superficie:** 11026 Kilómetros cuadrados.
- **Población:** 180617 habitantes.
- **Clima:** Templado Andino.
- **Altitud:** 2100 metros sobre el nivel del mar.

Los límites de la ciudad de Loja son:

- Al Norte con el Cantón Saraguro
- Al Sur y al Este con la Provincia de Zamora Chinchipe.
- Al Oeste con la Provincia del Oro y los Cantones Catamayo, Gonzanamá y Quilanga.

GRÁFICO N°. 15



### Macro localización

La macro localización se refiere a la ubicación de la macro zona dentro del cual se establecerá este proyecto. La empresa productora y comercializadora de café de cereales estará situada en la parte oriental de la provincia de Loja, en el sur del Ecuador, específicamente en la capital de la provincia, tiene un clima temperado- ecuatorial sub húmedo. Con una temperatura media del aire de 16<sup>o</sup> centígrados, la oscilación anual de la temperatura lojana es de 1,5<sup>o</sup> c. generalmente cálido durante el día más frío y a menudo por la noche.

La Ubicación de la nueva unidad productiva fue escogida por las razones siguientes

- ☞ En el sector de influencia del proyecto no existe empresas que produzcan este tipo de producto por tal razón se ha visto la oportunidad de crear una empresa que ofrezca un producto para satisfacer el paladar de los consumidores.
- ☞ El sector es de rápido y fácil acceso, cuenta con la infraestructura adecuada y necesaria para la implementación del proyecto, dispone de los servicios básicos como luz, agua, y alcantarillado.
- ☞ Facilita la obtención de la materia prima y mano de obra necesaria para el desarrollo del proyecto.

### Micro localización

La micro localización indica cual es la mejor alternativa de instalación dentro de la macro localización escogida. El tipo de terreno selecto para la instalación de la empresa consta de una superficie plana ubicada al centro de la ciudad de Loja en el sector San Pedro en las calles Paraguay y Colombia y que consta con todos los servicios básicos. Las instalaciones para la empresa contarán con todo su equipo y herramientas necesarias para la producción.

**GRÁFICO N°. 16**



El presente proyecto está estimado para una producción de cinco años, la determinación del tamaño es un proceso muy complejo por ello se deben considerar varios factores entre los que se destacan los siguientes:

- ❖ La demanda de mercado a cubrir
- ❖ La tecnología existente
- ❖ El monto de inversión
- ❖ El numero de mano de obra
- ❖ La disponibilidad de materia prima.

El tamaño se lo determino por la capacidad y la disponibilidad de materia prima existente en la Ciudad de Loja.

### **Capacidad Instalada**

- Trabaja 6 días a la semana
- Horario: 8 horas diarias
- Se trabajan los 312 días al año
- 2 operarios
- Capacidad de una máquina de moler 200 libras por día

### **CUADRO N°. 19**

#### **CAPACIDAD INSTALADA DEL CAFÉ DE CEREALES**

<b>Variable</b>	<b>Cantidad unidad</b>
Capacidad de la maquina	600

**Fuente:** Investigación de mercado

**Elaborado:** La autora

La maquinaria de la empresa de café a base de cereales, tiene una capacidad de producir  $600\text{Lib}/24\text{h} = 25\text{Lib} \cdot 8\text{h Diarias} = 200$  libras.

### Capacidad Utilizada

La capacidad utilizada es cuando se produce en un nivel moderado la producción del café de cereales. Ninguna empresa empieza produciendo al cien por ciento, si no que se produce con una capacidad mínima que es la capacidad utilizada para luego incrementar la producción de acuerdo a la demanda y producir con la plena capacidad instalada.

La capacidad utilizada estará determinada en función de la demanda existente en el mercado la capacidad utilizada será inferior a la capacidad instalada en los primeros años y periódicamente se estabilizará hasta igualarla. Para calcular la capacidad utilizada, se multiplica la capacidad instalada por el porcentaje de planificación de producción obteniendo los resultados para todos los años, tal como se muestra en el siguiente cuadro.

#### CUADRO N°. 20

#### CAPACIDAD UTILIZADA DEL CAFÉ DE CEREALES

Años	Capacidad instalada	Capacidad utilizada	% Planificación de producción
0	62400		
1	62400	49920	80%
2	62400	53040	85%
3	62400	56160	90%
4	62400	59280	95%
5	62400	62400	100%

**Fuente:** Investigación de mercado

**Elaborado:** La autora

### Participación en el Mercado

Representa la porción disponible de demanda en un segmento determinado, se lo realizara anualmente, para ello se divide la capacidad instalada para la demanda insatisfecha y luego se multiplica por 100 para determinar el porcentaje de participación en el mercado.

#### CUADRO N°. 21

#### PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

Años	Demanda Insatisfecha	Capacidad Instalada	% Participación
0			
1	1002956	62400	6,22%
2	915273	62400	6,82%
3	792017	62400	7,88%
4	622569	62400	10,02%
5	393215	62400	15,87%

**Fuente:** cuadro N°. 15,16

**Elaboración:** La autora

### INGENIERÍA DEL PROYECTO

Describe la secuencia de operaciones que llevan al transformarse la materia prima como haba soja cebada y trigo en un producto terminado, se incluyen tiempos, requerimientos con la finalidad de prever el número de unidades que se producirán en un tiempo determinado así como el número de personas que trabajaran en su transformación.

Para brindar a cada una de las familias un producto no toxico para su salud y para que sepan los beneficios de consumir un café a base de cereales libre de cafeína.

## **Descripción del Proceso de Producción**

Esta parte describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto final, es la forma en el que una serie de insumos se transforman con la participación de tecnología, mano de obra, maquinaria y procedimientos de operación. Para el proceso productivo del café de cereales se seguirá los siguientes pasos:

- 1. Transportación de la materia prima:** las cereales utilizados en su lugar comercial siendo estos de buena calidad son de color verde el haba, el trigo amarillo oscuro, así como la soya y la cebada. El tiempo requerido para su adquisición es de 24 minutos es el tiempo requerido para ir a comprar la materia prima.
- 2. Limpieza:** se realiza para eliminar granos defectuosos y las impurezas que se encuentran presentes en la semilla el tiempo requerido para la limpieza es de 20 minutos.
- 3. Tostado:** se tuestan las semillas por separado hasta que su coloración interna sea café oscura esta operación se realiza en la maquina tostadora y a calor moderado el tiempo requerido es de 80 minutos.
- 4. Mezclado:** al finalizar el tostado inmediatamente se mezcla la semilla ya tostada en un recipiente frio y se tapa para que mantenga su aroma tiempo para esta actividad de 15 minutos.

5. **Enfriamiento:** se deja enfriar hasta temperatura ambiente hasta continuar el proceso el tiempo es de 30 minutos.
6. **Molturación:** los cereales tostados mezclados y enfriada se tritura finalmente la operación se utiliza un molino eléctrico en esta actividad será el tiempo de 70 minutos.
7. **Transportación del producto:** se procede llevar el café de cereales molido para que se realice luego un control de calidad en un tiempo de 7 minutos.
8. **Control de calidad:** se realiza en previo control del producto para ver sino existe deficiencias en el mismo ya sea en sabor, olor el tiempo es de 18 minutos.
9. **Pesado del producto terminado:** se procede a pesar el producto terminado en proporciones de una libra su tiempo requerido es de 70 minutos.
10. **Envasado y etiquetado:** una vez obtenido el café se envasa en fundas plásticas selladas adecuadamente y etiquetadas el tiempo requerido para esta actividad es de 40 minutos.
11. **Almacenamiento:** se almacena a medio ambiente en un lugar fresco y seco por 30 días tiempo requerido para esta actividad es de 10 minutos.



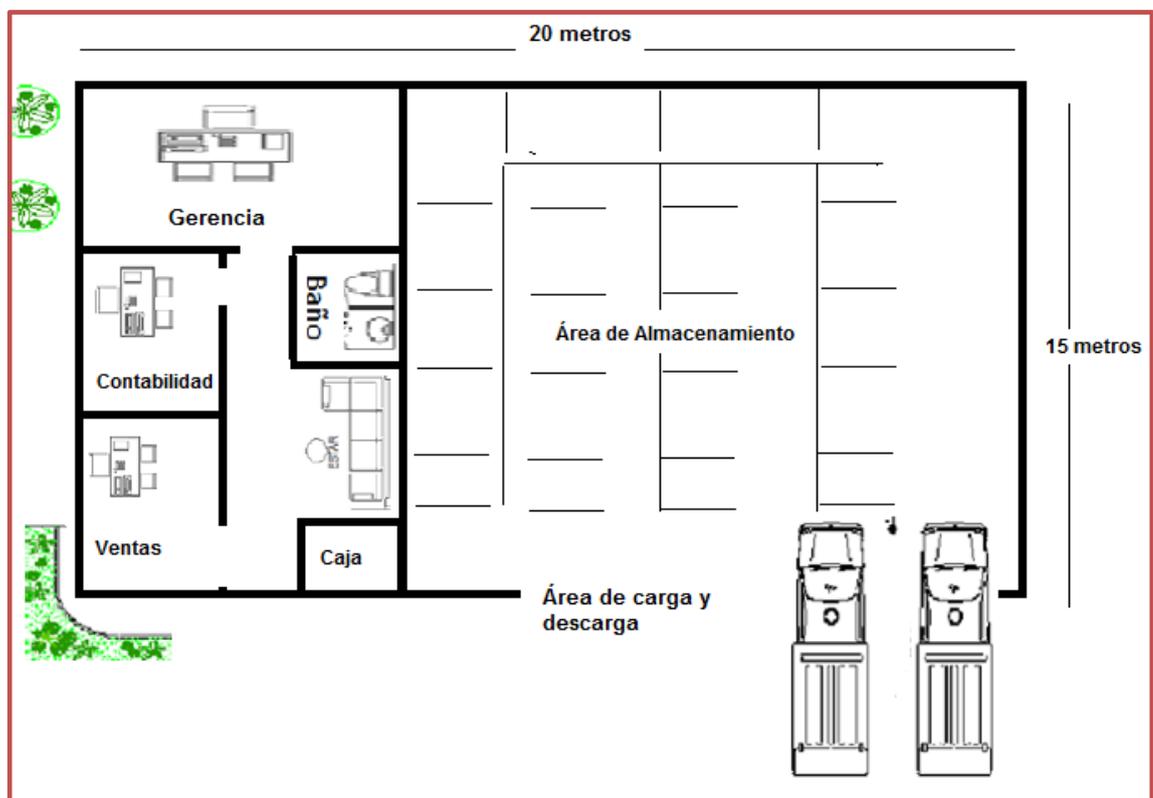
## Infraestructura Física

El estudio de ingeniería es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación del producto.

La ingeniería tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción de un proyecto cuya disposición en planta con lleva a la adopción de una determinada tecnología y la instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad con los equipos y maquinarias elegidos. También, se ocupa del almacenaría, de empaques de productos, de obras de infraestructura y de sistemas de distribución.

## Distribución de la Planta

GRÁFICO N°. 18



## REQUERIMIENTOS

### Maquinaria y equipos

La maquinaria y equipo es todo aquel que se utiliza para desarrollar las actividades de la empresa en la producción este es uno de los rubros más importantes, debe hacerse una descripción pormenorizada, clasificando los equipos y maquinaria tanto nacionales e importados.

**CUADRO N°. 22**

CANTIDAD	MATERIALES
1	Molino Industrial
1	Tostadora industrial
1	Bandeja
1	Selladora
1	Balanza

### Molino industrial

El molino industrial es una de las bases importantes para la producción del café a basé de cereales por tendrá que producir unas 200 libras diarias.



\*Potencia motriz de transmisión de 5 HP.

\*Motor trifásico de 7 diferentes tipos de molienda tanto grueso como delgado.

\*Sistema interno de alimentación

\*Discos dentados nacionales con acabado de esmalte acrílico.

## Tostadora industrial

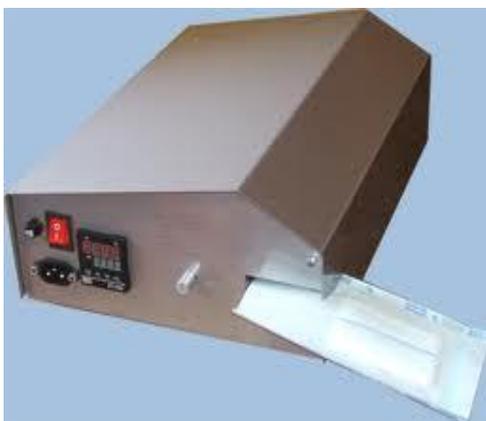
Esta maquina sera la encargada de tostar las 200 libras de cereales tanto el haba soja cebada y trigo para la produccion del café de cereales.



- \*Tolva carga café.
- \*Termostato digital
- \*Enfriador con aspiración
- \*Cajón cascarilla
- \*Potencia de 1,5 KwTensión 220w

## Selladora

Esta selladora permitirá un rápido sellado del producto que se va a elaborar en la empresa el cual se conecta al tomacorriente y típicamente se encuentra en cualquier negocio la cual sirve para sellar las fundas plasticas.



- \*Tiene una capacidad de 110-127 volts
- \*Tiene una línea de unos 3 milímetros de grosor y 33 a 35cm de largo.

## Balanza



Esta balanza electrica con diferentes rangos de pesado con selección de unidades de pesado y funcion de computo de piezas permitira un peso rapido del café de cereales para ofrecer un servicio anuestrs futuros clientes.

## EQUIPO DE OFICINA

Son todos los mobiliarios y equipos que pertenecen a la empresa este tipo de equipos están destinados para adelantar el desarrollo de las actividades económicas de la empresa tanto a nivel administrativo y de ventas.

**CUADRO N°. 23**

<b>Cantidad</b>	<b>Maquinaria</b>
3	Teléfonos fax
1	Sumadora

## **EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

El equipo de computación, es la unidad de servicio encargado del diseño e implementación de sistemas que forma parte fundamental en el área administrativa del equipamiento para la realización adecuada de las funciones de la empresa.

**CUADRO N°. 24**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>
2	Computadoras
2	Impresoras

## **MUEBLES Y ENSERES**

Existe el complemento de algunas piezas, para la comodidad de los empleados y un desarrollo eficiente de las funciones de la empresa y demás actividades que se realicen de eso depende la imagen de misma.

**CUADRO N°. 25**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>
2	Escritorios
6	Sillas
1	Archivadores
2	Vitrinas

## **RECURSO HUMANO**

Para la elaboración y producción del café de cereales la empresa contara con un personal que tenga conocimientos y experiencia en cuanto al manejo de las maquinas para de esta manera asegurar la forma correcta de su funcionamiento. Además se requiere de personal que se ponga a

cargo del área administrativa y de ventas de igual forma la mano de obra es indispensable para realizar las diferentes actividades de la empresa.

**CUADRO N°. 26**

<b>Cantidad</b>	<b>Cargo o puesto</b>
1	Gerente - Propietario
1	Contador
2	Operarios
1	Vendedor

## **ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

### **MARCO JURÍDICO**

#### **▪ TIPO DE EMPRESA**

El tipo de empresa que se ha creído conveniente conformar, es la Unipersonal de Responsabilidad Limitada; la misma que solo puede ser constituida por una persona, por lo que no se admiten socios ni accionistas, como en las **compañías anónimas** o de **sociedad limitada**.

#### **▪ RAZÓN SOCIAL**

La razón social es la fórmula enunciativa del nombre de quien conforma la empresa, o del producto que se elaborará. La empresa tendrá el nombre de la actividad q va a realizar, la elaboración de café de cereales. **Productora y Comercializadora de Café de Cereales.**

▪ **CAPITAL**

El capital para la constitución de la empresa será aportado por quien conforma la empresa y por un ente financiero.

▪ **UBICACIÓN EXACTA**

Estará ubicada en el Barrio San Pedro en las calles Paraguay y Colombia 16-67 a pocos pasos de la Policía Nacional.

▪ **ACTIVIDAD ESPECIAL**

Esta empresa estará dedicada únicamente a la producción y comercialización de café de cereales.

Lo que determina nuestra actividad, que es una empresa productora.

▪ **ÁREA DE COBERTURA**

Nuestro producto será comercializado en la ciudad de Loja, a través de los diferentes canales de distribución, nuestro objetivo será abastecer los autoservicios, supermercados y de más puestos de ventas de suministros alimenticios.

**NORMATIVIDAD LEGAL.**

**CONCEPTO**

Toda persona natural con capacidad legal para realizar actos de comercio, podrá desarrollar por intermedio de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada cualquier actividad económica que no estuviere prohibida por la ley, limitando su responsabilidad civil por las operaciones de la misma al monto del capital que hubiere destinado para ello.

La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, es una persona jurídica distinta e independiente de la persona natural a quien pertenezca,

por lo que, los patrimonios de la una y de la otra, son patrimonios separados.

### **CARACTERÍSTICAS BÁSICAS**

- Solo puede ser constituida por una persona, por lo que no se admiten socios ni accionistas.
- La idea es que personas naturales puedan ejercer el comercio, excepto actividades de tipo financiero y de mercado de valores.
- Las compañías anónimas o de sociedad limitada no pueden transformarse en empresas unipersonales, a menos que antes de la expedición de la ley hubiese estado configurada con una persona.
- La empresa unipersonal no puede ser embargada, pero sí se puede hacer uso de las utilidades que esta genere. Los acreedores personales del gerente pueden exigir que se liquide la empresa, para cobrar lo adeudado.
- Deberá siempre pertenecer a una persona y no podrá tenerse en copropiedad, salvo el caso de la sucesión por causa de muerte. Si hubiese la sociedad conyugal al constituirse la empresa, el propietario será, respecto de terceros, el único dueño, con excepción de su cónyuge.
- Si el matrimonio se disolviera por cualquier razón durante la existencia de la empresa, su patrimonio deberá ser tomado en cuenta para el cálculo de los gananciales (ganancias obtenidas en el matrimonio). Pero si se forma antes de la unión, no forma parte de la sociedad conyugal.

### **DENOMINACIÓN**

Art. 8.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, deberá ser designada con una denominación específica que la identifique como tal.

La antedicha denominación específica deberá estar integrada, por lo menos, por el nombre y/o iniciales del gerente-propietario, al que en todo caso se agregará la expresión “Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada” o sus iniciales E.U.R.L. Dicha denominación podrá contener, además, la mención del género de la actividad económica de la empresa. Por nombre del “gerente-propietario” se entiende sus nombres y apellidos completos, o simplemente su primer nombre y su apellido paterno.

Art. 9.- La denominación de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, constituye propiedad suya, de su uso exclusivo, que no podrá enajenarse ni aún en caso de liquidación.

Art. 10.- Ninguna empresa unipersonal de responsabilidad limitada, podrá adoptar una denominación igual o semejante al de otra preexistente, aunque ésta manifieste su consentimiento y aun cuando fueren diferentes los domicilios u objetos respectivos.

Art. 11.- La protección y la defensa de la denominación de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada, sólo podrá realizarse judicialmente.

Art. 12.- Salvo los casos de los pagarés, letras de cambio, cheques y más instrumentos similares, los documentos por los que la empresa contraiga derechos, con la firma del gerente-propietario o de algún apoderado suyo, deberán indicar, además de la denominación de la empresa, el domicilio principal de la misma, su plazo de duración y la cuantía de su capital empresarial.

## **NACIONALIDAD Y DOMICILIO**

Art. 13.- Toda empresa unipersonal de responsabilidad limitada, que se constituya y se inscriba en el Ecuador tendrá la nacionalidad ecuatoriana y su domicilio principal deberá estar ubicado en un cantón del territorio nacional, pudiendo operar ocasional o habitualmente en cualquier otro lugar de la República o fuera de ella.

Art. 14.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, tendrá un solo domicilio principal no obstante las sucursales o establecimientos que tuviere dentro del territorio nacional.

## **10.- CONSTITUCIÓN, APROBACIÓN INSCRIPCIÓN**

**Art. 30.-** La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, se constituirá mediante escritura pública otorgada por el gerente-propietario, que contendrá:

1. El nombre, apellidos, nacionalidad, domicilio y estado civil del gerente-propietario;
2. La denominación específica de la empresa y a que se dedicará la misma.
3. El domicilio fijado como sede de la empresa y las sucursales que la misma tuviera
4. El monto del capital asignado a la empresa por el gerente-propietario, de conformidad con el artículo 1 de esta Ley;
5. La determinación del aporte del gerente-propietaria, la determinación de la asignación mensual que habrá de percibir de la empresa por el desempeño de sus labores dentro de la misma.

## **ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

### **MISIÓN**

Ser una empresa dedicada a la producción y comercialización de café de cereales que brinde un producto de primera calidad acorde a las exigencias del mercado logrando por medio de su comercialización satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros consumidores ofreciendo un producto de buena calidad, y que sea agradable para el consumidor y permita garantizar la rentabilidad y la productividad de la empresa contribuyendo al crecimiento de esta y de sus trabajadores.

### **VISIÓN**

Para el año 2015 la empresa Café de Cereales será más competitiva frente a las demás y logre abarcar el mercado local como nacional para así obtener utilidades dentro de la misma.

- ❖ Proyectar una buena imagen de la empresa a través de un excelente servicio a los clientes tanto intermedios como al consumidor final.
- ❖ Ser líder en el mercado ofreciendo un producto de calidad a un precio justo y que sea saludable.
- ❖ Ser una empresa rentable con la finalidad de ganar clientes y ganar utilidades.

## **OBJETIVOS**

- ❖ Constituirnos legalmente como empresa
- ❖ Hacer que nuestros clientes se sientan plenamente satisfechos por nuestro producto y que sea consumido en mayor cantidad
- ❖ Implantar una publicidad más innovadora y de esta manera obtener mayor aceptación para obtener más acogida por parte de las personas
- ❖ Tener personal capacitado para el desempeño de su función específica dentro de la empresa con horarios establecidos.
- ❖ Ofrecer un producto que no sea toxico y dañino para la salud del consumidor y que más bien beneficie a su salud.

## **Organización administrativa**

La estructura organizativa describe la organización elemental que corresponden al funcionamiento administrativo, nos dice cómo y quién va hacer cada cosa y cómo lo va hacer, se refiere además al establecimiento preciso de los centros de autoridad y rangos correspondientes de responsabilidad.

## **Niveles Administrativos**

**Nivel directivo.-** En este nivel se encuentra el Gerente Propietario, quien será la máxima autoridad y su principal función es la toma de decisiones para el buen funcionamiento de la empresa.

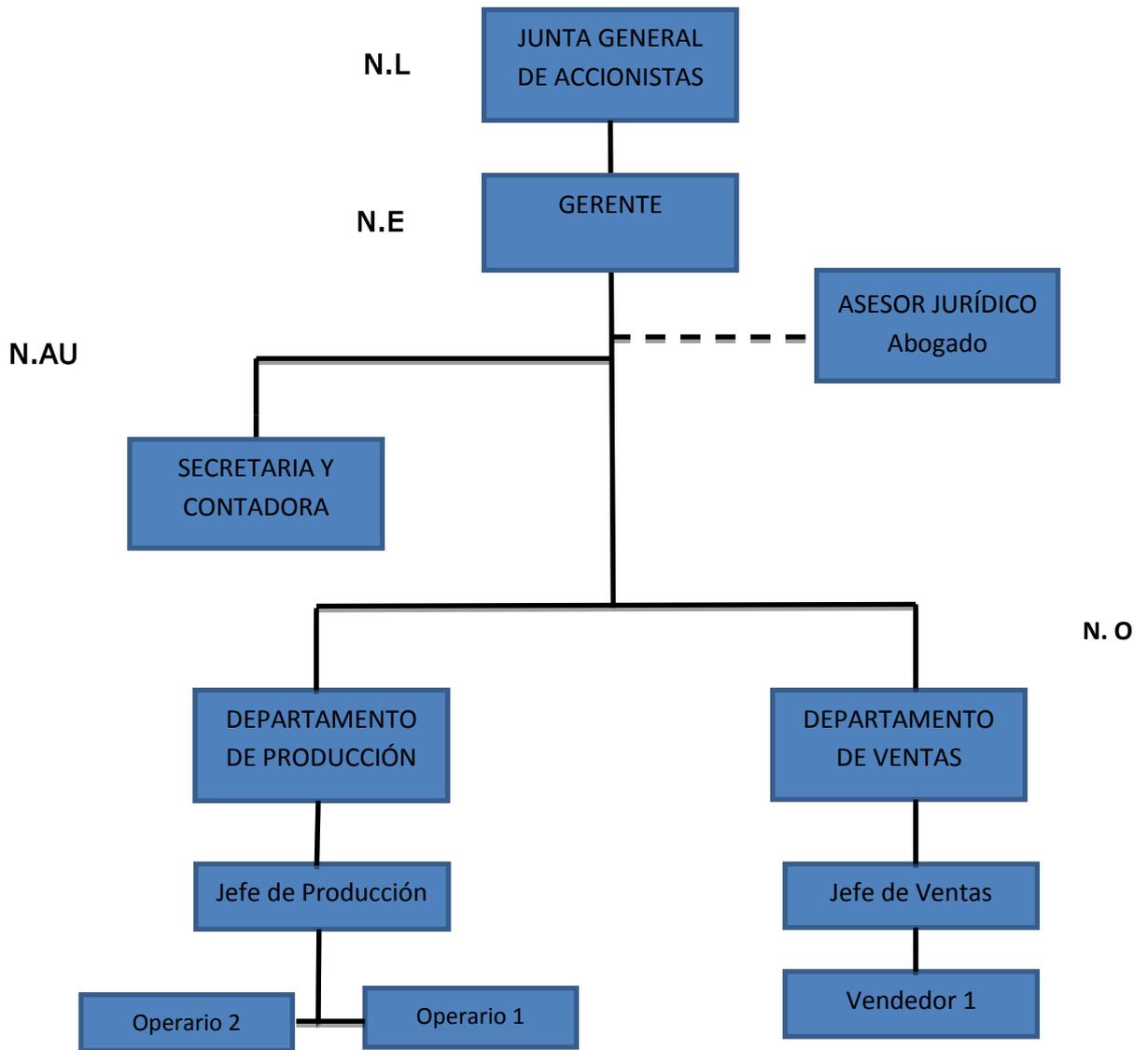
**Nivel Auxiliar.-** Se coordinará las actividades con los demás niveles y será apoyo al nivel directivo. Estará a cargo de la Secretaria Contadora.

**Nivel Asesor.-** La empresa tendrá un asesor legal de forma temporal, quien expondrá al gerente-propietario la constitución de la Compañía y además de las distintas actividades programadas sobre los problemas legales que puedan presentar se lo contratará de acuerdo a los requerimientos de la empresa.

**Nivel operativo.-** Conformada por el jefe de producción que planifica, organiza, dirige, coordina y controla las actividades sustantivas institucionales dirigidas al logro y éxito de los objetivos de la institución con un producto de alta calidad y costos aceptables.

Así también lo conforman los operarios de la maquinaria industrial, quien serán las encargadas de poner en marcha las actividades que requiere el proceso de tostado y molido, garantizando la calidad del producto.

### ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA "CAFÉ DE CEREALES"



- \* Nivel Legislativo
- \*\* Nivel Ejecutivo
- \*\*\* Nivel Asesor

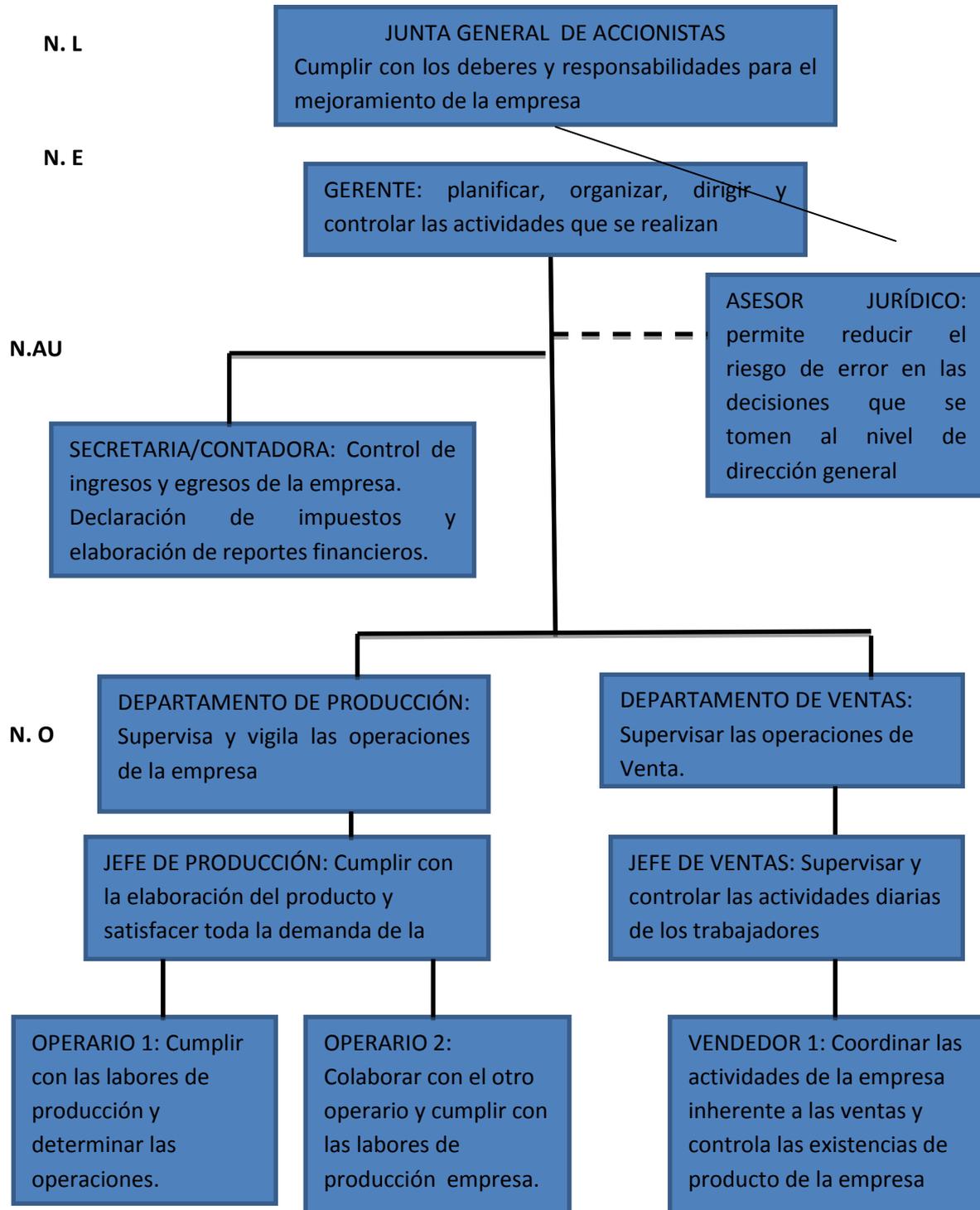
**LEYENDA**

Mando ———

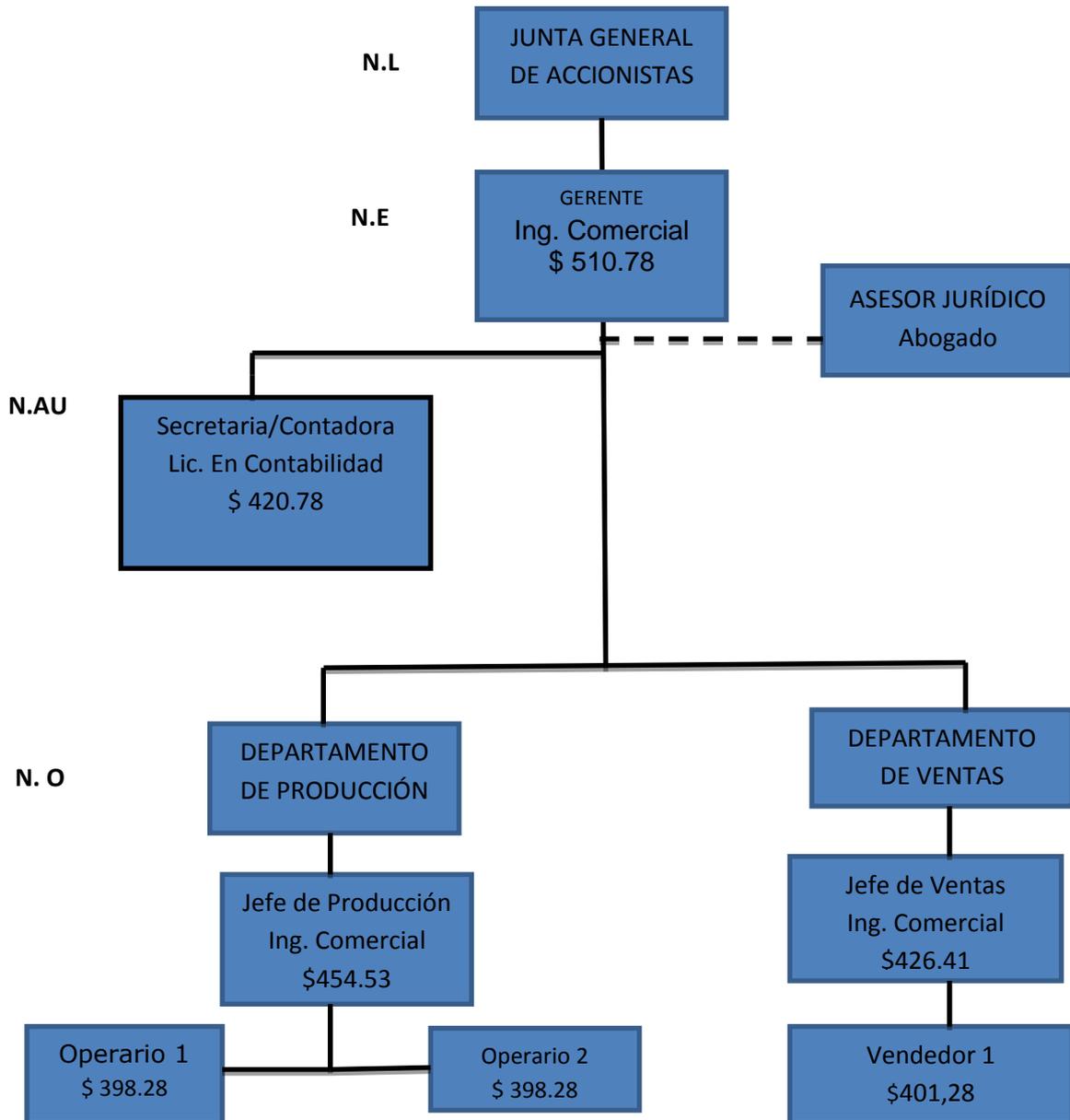
Temporal ██████████



### ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA CAFÉ DE CEREALES



### ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA CAFÉ DE CEREALES



## Manual de funciones

Nos permite establecer o determinar las funciones así como las responsabilidades que les toca cumplir a cada uno de los socios de la empresa también define la línea de autoridad que posee cada miembro en la empresa.

**TÍTULO DEL PUESTO:** Gerente General

**NIVEL JERARQUICO:** Nivel Ejecutivo

**CÓDIGO:** 001

**NATURALEZA DE TRABAJO**

Conocimiento y dominio de paquetes informáticos.

Creatividad, capacidad de análisis y liderazgo.

Capacidad de Negociar.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

Título de tercer nivel Ingeniero Comercial o carreras afines.

Experiencia profesional mínimo de 2 años en cargos similares.

Suficiencia en el idioma inglés.

**CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO**

- Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.
- Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo, definir las políticas de la empresa
- Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.
- Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.
- Coordinar con la Contadora y con los operarios para elaborar los presupuestos, realizar las compras de materiales.

**TITULO DEL PUESTO:** Asesor Jurídico

**NIVEL JERÁRQUICO:** Nivel Asesor

**CÓDIGO:** 002

**NATURALEZA DE TRABAJO**

Permitir el riesgo de error en las decisiones que se tomen a nivel de dirección general.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

Dr. En Leyes,

3 Años en cargos similares

Cursos de liderazgo, relaciones humanas, leyes.

**CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO**

- Asistencia y asesoría jurídica especializada en cualquier rama del Derecho;
- Cumplir con los parámetros de calidad establecidos para la atención de los asuntos.
- Cumplir con los principios éticos de la profesión.
- Ejecutar las tareas que se correspondan con las normas que regulan la actividad.
- Elaboración de dictámenes;
- Representación letrada;
- Elaboración de documentos jurídicos de cualquier naturaleza, o cualquier otro servicio que solicite el cliente.

**TITULO DEL PUESTO:** Secretaria Contadora

**NIVEL JERÁRQUICO:** Auxiliar

**CÓDIGO:** 003

**NATURALEZA DE TRABAJO**

Gran eficiencia, responsabilidad y discreción en el desarrollo de sus funciones, establecer buenas relaciones interpersonales con el personal del banco y público en general

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

Título de tercer nivel Ingeniero en Finanzas y Auditoría.

Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.

Conocimiento en paquetes informáticos contables.

**CARACTERISTICAS DEL PUESTO**

- Apoyar a la dirección de la empresa
- Recibir y tramitar la correspondencia.
- Coordinar entre la dirección y todo el personal de la empresa todos los comunicados y memorándums que se realiza en la secretaría.
- Llevará un control de ingresos y egresos de la empresa.
- Control de la facturación, y declaración de impuestos generados.
- Realizará aperturas y seguimiento de los libros de contabilidad.
- Establecimiento de sistema de contabilidad y estudios de estados financieros y sus análisis

**TITULO DEL PUESTO:** Jefe de Producción

**NIVEL JERÁRQUICO:** Operativo

**CÓDIGO:** 004

**NATURALEZA DE TRABAJO**

Metódico y organizado en su propio trabajo, sólido en sus convicciones y decisiones pero aceptando analizar otros puntos de vista, Con predisposición a trabajar formando equipo y motivando a la gente.

Analítico y reflexivo ante decisiones importantes. Rápido en las decisiones cotidianas, contacto suficiente para tratar con personal tradicional experimentado.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

Formación universitaria de grado superior, a nivel total o parcial.

Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.

Experiencia previa en puesto inferior o similar en empresa de tamaño parecida o inferior.

Conocimientos especializados sobre la gestión de la producción de molino tostado y sellado.

Conocimientos sobre la elaboración de nuevos proyectos con los correspondientes análisis de rendimiento de las inversiones.

Conocimientos sobre sistemas de calidad, de productividad y de medio ambiente.

Conocimientos de informática a nivel de usuario.

Conocimientos sobre organización, gestión y conducción de equipos de personas.

### **CARACTERISTICAS DEL PUESTO**

- Responsabilidad sobre el funcionamiento del área productiva de la empresa y sobre el cumplimiento de los objetivos y políticas establecidas por el Gerente General y/o el equipo gerencial.
- Optimizar y planificar los recursos productivos de la empresa para obtener un crecimiento progresivo de la productividad a la vez que se respetan los condicionantes y especificaciones de calidad.
- Organización y seguimiento de la ejecución de todos los trabajos dentro del ciclo de producción garantizando que, individualmente, cumplen con las especificaciones establecidas en el sistema de calidad.
- Promover el sistema de calidad en toda el área de la que es responsable, ayudando a completar aspectos que pueden contribuir a su mejora continuada.
- Tratar con el Gerente General sobre los planes a corto, medio y largo plazo para hacer progresar el área productiva de la empresa con respecto a las tendencias del mercado y de la tecnología.
- Crear una labor de equipo con sus colaboradores inmediatamente inferiores en el organigrama traduciendo las políticas y estrategias de la empresa en acciones concretas que puedan ser interpretadas claramente por los mandos intermedios.

**TITULO DEL PUESTO:** Operarios

**NIVEL JERÁRQUICO:** Operativo

**CÓDIGO:** 005

**NATURALEZA DE TRABAJO**

Gran eficiencia, responsabilidad y discreción en el desarrollo de sus funciones, establecer buenas relaciones interpersonales con el personal del banco y público en general

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

Tener título de bachiller

Experiencia en el manejo de maquinaria industrial de molido y tostado del cereal

Experiencia de 2 años en labores similares

Cursos de relaciones humanas, manejo de maquinaria y herramientas de producción.

**CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO**

- Será la encargada de poner en marcha las actividades que requiere el proceso de producción del café de cereales.
- Manejar las máquinas industriales realizar el proceso de tostado y molido
- Colocación del producto y terminado del producto.
- Realizar el control de calidad del producto.
- Comunicar cualquier situación fuera del proceso en cuanto a la producción.
- Responsabilidad económica y técnica de sus labores

**TITULO DEL PUESTO:** Operativo

**NIVEL JERÁRQUICO:** Jefe de Ventas

**CÓDIGO:** 006

**NATURALEZA DE TRABAJO**

Planificar, ejecutar, controlar los procesos de venta del producto y la puesta en marcha del producto en el mercado.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

Titulo de Ingeniero Comercial

Experiencia de 4 años en labores similares

Cursos de relaciones humanas y atención al cliente

**CARACTERISTICAS DEL PUESTO**

- Supervisar y controlar las actividades diarias de los trabajadores del departamento.
- Planificar los programas de publicidad y de promoción del producto.
- Evaluar las actividades que se realizan en el departamento.
- Asistir al ejecutivo de la empresa en materia de ventas, establecer sistemas de información ejecutiva sobre precios realizados, estudio de comportamiento de los mismos con el fin de mantener un sistema de comercialización claro.
- Presentar informes de los requerimientos del departamento

**TITULO DEL PUESTO:** Operativo

**NIVEL JERÁRQUICO:** Vendedor

**CÓDIGO:** 007

**NATURALEZA DE TRABAJO**

Se encargara de distribuir y vender el producto.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- Presentar cartas de recomendación.
- 2 años de experiencia en trabajos similares
- Experiencia en facturación
- Conocimientos en computación y Atención al cliente

**CARACTERISTICAS DEL PUESTO**

- Responsabilidad técnica en el manejo de los clientes.
- Tener abastecido el mercado de clientes así como responsabilizarse por los pedidos del producto
- Tener responsabilidad por los equipos a su cargo.
- Mantener un sistema adecuado de comercialización del producto.
- Realizar pronóstico de ventas en coordinación con el departamento de producción.
- Ser responsable y puntual a la hora de entregar los pedidos.

## ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero tiene por objeto determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, los costos totales de producción del proceso productivo y el monto de los ingresos que se aspira recibir en cada uno de los periodos de vida útil.

Los datos que son registrados en los componentes del estudio financiero, son el resultado de los estudios previos del mercado, técnico y organizacional, los cuales son utilizados para determinar la viabilidad económica del proyecto.

## INVERSIONE

### ACTIVOS FIJOS

Los Activos Fijos son todas las inversiones que se realizan en bienes tangibles y son de propiedad de la empresa, como: Terrenos, Edificaciones, Maquinarias y Equipos, Muebles y Enseres e Imprevistos que sirven de apoyo a las operaciones de la misma, son todos los bienes que se emplean tanto en producción, como en Administración y Ventas.

**CUADRO N°. 27**

<b>VEHÍCULO</b>				
<b>ACTIVOS</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANT.</b>	<b>V. UNIT.</b>	<b>V. TOTAL</b>
Camioneta chevrolet	unidad	1	12500	12500,00
<b>Total</b>				<b>12500,00</b>

**Fuente:** Auto fácil

**Elaborado:** La autora

**CUADRO N°. 28**

<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>				
<b>ACTIVOS</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANT.</b>	<b>V. UNIT.</b>	<b>V. TOTAL</b>
Molino Industrial	unidad	1	420,00	420,00
Tostadora Industrial	unidad	1	1800,00	1800,00
Selladora	unidad	1	200,00	200,00
Balanza	unidad	1	45,00	45,00
<b>Total</b>				<b>2465,00</b>

**Fuente:** Ochoa Hnos.

**Elaborado:** La autora

**CUADRO N°. 29**

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>ACTIVOS</b>	<b>CANT.</b>	<b>V. UNIT.</b>	<b>V. TOTAL</b>
Escritorios	2	110,00	220,00
Sillas	6	20,00	120,00
Archivadores	1	150,00	150,00
Vitrinas	2	50,00	100,00
<b>Total</b>			<b>590,00</b>

**Fuente:** Mueblería Martita

**Elaborado:** La autora

**CUADRO N°. 30**

<b>EQUIPO DE OFICINA</b>			
<b>ACTIVOS</b>	<b>CANT.</b>	<b>V. UNIT.</b>	<b>V. TOTAL</b>
Sumadora	3	45,00	135,00
Teléfono	2	60,00	120,00
Teléfono central - fax	1	125,00	125,00
<b>Total</b>			<b>380,00</b>

**Fuente:** Audio Centro

**Elaborado:** La autora

**CUADRO N° . 31**

<b>EQUIPO DE COMPUTO</b>			
<b>ACTIVOS</b>	<b>CANT.</b>	<b>V. UNIT.</b>	<b>V. TOTAL</b>
Computadoras	2	495,00	990,00
<b>Total</b>			<b>990,00</b>

**Fuente:** Excel Net

**Elaboración:** La autora

**CUADRO N° . 32**

<b>REINVERSIÓN DE COMPUTO</b>			
<b>ACTIVOS</b>	<b>CANT.</b>	<b>V. UNIT.</b>	<b>V. TOTAL</b>
Computadoras	2	495,00	990,00
<b>Total</b>			<b>990,00</b>

**CUADRO N° . 33**

<b>Herramientas</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
4	Espátula	6	24
10	Bandejas	12	120
<b>Total</b>			<b>144</b>

**Fuente:** PICCA

**Elaborado:** La autora

**CUADRO N° . 34**

<b>RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Valor total</b>
Vehículo	12500,00
Maquinaria y Equipo	2465,00
Herramientas	144,00
Muebles y Enseres	590,00
Equipo de Oficina	380,00
Equipo de Computo	990,00
<b>Total</b>	<b>17069,00</b>

**Fuente:** Cuadro 25, 26, 27, 28, 29,30, 31

**Elaborado:** La autora

## MÉTODO DE PORCENTAJE FIJO

Este método tiene en consideración el hecho de que la depreciación es mayor en los primeros años de uso y menor en los últimos. Para reflejarlo se carga un porcentaje fijo del valor en libros del activo a los resultados de la empresa. Dicho valor en libros disminuye cada año y, por tanto, la depreciación disminuye también consecuentemente.

- **DEPRECIACIÓN DE VEHÍCULO**

**CUADRO N°. 35**

<b>Período. Anual</b>	<b>Valor Actual</b>	<b>Depreciación Anual</b>	<b>% Depreciación</b>	<b>Valor en libros</b>
				12500
1	12500	2500	20%	10000
2	12500	2500	20%	7500
3	12500	2500	20%	5000
4	12500	2500	20%	2500
5	12500	2500	20%	0,00

- **DEPRECIACIÓN DE CÓMPUTO**

**CUADRO N°. 36**

<b>Período Anual</b>	<b>Valor Actual</b>	<b>Depreciación Anual</b>	<b>% Depreciación</b>	<b>Valor en libros</b>
				990,00
1	660,03	329,97	33,33%	660,03
2	660,03	329,97	33,33%	330,07
3	660,03	329,97	33,33%	0,10

• **DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO**

**CUADRO N°. 37**

<b>Período. Anual</b>	<b>Valor Actual</b>	<b>Depreciación. Anual</b>	<b>% Depreciación</b>	<b>Valor en libros</b>
				4730
1	4730	473	10%	4257
2	4730	473	10%	3784
3	4730	473	10%	3311
4	4730	473	10%	2838
5	4730	473	10%	2365
6	4730	473	10%	1892
7	4730	473	10%	1419
8	4730	473	10%	946
9	4730	473	10%	473
10	4730	473	10%	0,00

▪ **DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES**

**CUADRO N°. 38**

<b>Período Anual</b>	<b>Valor Actual</b>	<b>Depreciación Anual</b>	<b>% Depreciación</b>	<b>Valor en libros</b>
				590,00
1	590	59,00	10%	531,00
2	590	59,00	10%	472,00
3	590	59,00	10%	413,00
4	590	59,00	10%	354,00
5	590	59,00	10%	295,00
6	590	59,00	10%	236,00
7	590	59,00	10%	177,00
8	590	59,00	10%	118,00
9	590	59,00	10%	59,00
10	590	59,00	10%	0

▪ **DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA**

**CUADRO N°. 39**

<b>Período Anual</b>	<b>Valor Actual</b>	<b>Depreciación Anual</b>	<b>% Depreciación</b>	<b>Valor en libros</b>
				380
1	380	38	10%	342
2	380	38	10%	304
3	380	38	10%	266
4	380	38	10%	228
5	380	38	10%	190
6	380	38	10%	152
7	380	38	10%	114
8	380	38	10%	76
9	380	38	10%	38
10	380,00	38	10%	0

• **DEPRECIACIÓN DE HERRAMIENTAS**

**CUADRO N°. 40**

<b>Período Anual</b>	<b>Valor Actual</b>	<b>Depreciación Anual</b>	<b>% Depreciación</b>	<b>Valor en libros</b>
1	144	28,80	20%	144,00
2	144	28,80	20%	115,20
3	144	28,80	20%	86,40
4	144	28,80	20%	57,60
5	144	28,80	20%	28,80

## INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS

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

**CUADRO N°. 41**

### VALOR DE LOS ACTIVOS DIFERIDOS

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Investigación estudios y diseño de proyecto	300,00
Gastos de constitución de la empresa	400,00
Marcas y patentes	400,00
Puesta en marcha de la empresa	100,00
Imprevistos 3%	36,00
<b>Total</b>	<b>1236,00</b>

**Fuente:** Municipio de Loja, Asesoría jurídica.

**Elaborado:** La autora

## AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

**CUADRO N°. 42**

### AMORTIZACION DE ACTIVOS DIFERIDOS

<b>ACTIVO DIFERIDO</b>			
<b>AÑO</b>	<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>VIDA ÚTIL PROYECTO</b>	<b>AMORTIZACIÓN</b>
0	1236,00	5	
1			247,2
2			247,2
3			247,2
4			247,2
5			247,2

### Inversión en Activo Circulante o Capital de Trabajo

Constituyen el conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo para una capacidad y tamaño determinados.

**CUADRO N°. 43**

<b>MATERIA PRIMA DIRECTA DEL CAFÉ DE CEREALES</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Unidades</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Haba	Quintales	124,8	40,00	49,92,00
Soya	Quintales	124,8	30,00	37,44,00
Cebada	Quintales	124,8	24,00	29,95,20
Trigo	Quintales	124,8	16,00	19,96,80
<b>Total</b>		<b>499,2</b>		<b>13,728,00</b>

**Fuente:** Bodega Narváez

**Elaborado:** La autora

- **PROYECCIÓN**

**CUADRO N°. 44**

<b>PROYECCIÓN DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA</b>			
<b>Año</b>	<b>Unidades producidas</b>	<b>Valor anual</b>	<b>V. Proyectado</b>
1	49920	13728	14,393,81
2	53040	14586	15,293,42
3	56160	15444	16,193,03
4	59280	16302	17,092,65
5	62400	17160	17,992,26

- **MANO DE OBRA DIRECTA**

**CUADRO N°. 45**

<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>	
<b>Denominación Operarios</b>	<b>Valores</b>
Remuneración Unificada	318
Decimo tercero	26,50
Decimo cuarto	24,33
Vacaciones	13,25
Aporte patronal 11,15%	33,45
Fondos de reserva	0
Aporte al IECE 0,5%	1,50
Aporte al SECAP 0,5%	1,50
Total	419
Numero de obreros	2
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>837,07</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>10044,8</b>

**Fuente:** Ministerio de Relaciones Laborales 2012

**Elaborado:** La autora

- **PROYECCIÓN DE LA MANO DE OBRA DIRECTA**

**CUADRO N°. 46**

<b>PROYECCIÓN OPERARIOS</b>	
<b>Años</b>	<b>0,0485</b>
<b>1</b>	10044,80
<b>2</b>	10531,97
<b>3</b>	11042,77
<b>4</b>	11578,35
<b>5</b>	12139,90

- **Costos Indirectos de Fabricación**

- **Materia Prima Indirecta**

**CUADRO N°. 47**

<b>MATERIA PRIMA INDIRECTA</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Ciento de fundas</b>	<b>Valor. Unitario</b>	<b>Valor. Total</b>
Fundas plásticas	50	0,75	37,5
Fundas de papel	50	0,80	40,00
<b>Total</b>	100		<b>77,50</b>

**Fuente:** Comercial de plásticos

**Elaborado:** La autora

**CUADRO N°. 48**

<b>PROYECCIÓN DE LA MATERIA PRIMA INDIRECTA</b>			
<b>Año</b>	<b>Unidades producidas</b>	<b>Valor Anual</b>	<b>V. Proyectado</b>
1	49920	77,50	81,26
2	53040	82,34	86,34
3	56160	87,19	91,42
4	59280	92,03	96,49
5	62400	96,88	101,57

- **MANO DE OBRA INDIRECTA**

**CUADRO N°. 49**

**VALOR DE LA MANO INDIRECTA**

<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>	
<b>Denominación Jefe de Produc.</b>	<b>Valores</b>
Remuneración Unificada	350
Decimo tercero	29,17
Decimo cuarto	24,33
Vacaciones	14,58
Aporte patronal 11,15%	33,45
Fondos de reserva	0
Aporte al IECE 0,5%	1,50
Aporte al SECAP 0,5%	1,50
<b>Total</b>	<b>455</b>
Numero de obreros	1
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>454,53</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>5454,4</b>

**CUADRO N°. 50**

<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>	
<b>Denominación Jefe de Ventas</b>	<b>Valores</b>
Remuneración Unificada	325,00
Decimo tercero	27,08
Decimo cuarto	24,33
Vacaciones	13,54
Aporte patronal 11,15%	33,45
Fondos de reserva	0
Aporte al IECE 0,5%	1,50
Aporte al SECAP 0,5%	1,50
<b>Total</b>	<b>426,41</b>
Numero de obreros	1
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>426,41</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>5116,90</b>

**Fuente:** Ministerio de Relaciones Laborales 2012

**Elaboración:** La autora

- **PROYECCIÓN**

**CUADRO N°. 51**

<b>PROYECCIÓN DE MANO DE OBRA INDIRECTA</b>	
<b>Años</b>	<b>0,0485</b>
1	11084,01
2	11621,58
3	12185,23
4	12776,21
5	13395,86

- **CARGA FABRIL**

**CUADRO N°. 52**

<b>CARGA FABRIL</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Anual</b>	<b>V. Total</b>
Aceite	Galones	18	10	180,00
Gasolina	Galones	1,48	1500	2220,00
<b>Total</b>				<b>2400,00</b>

**Fuente:** Gasolinera Avendaño

**Elaboración:** La autora

- **PROYECCIÓN**

**CUADRO N°. 53**

<b>PROYECCION DE LA CARGA FABRIL</b>	
<b>Años</b>	<b>0,0485</b>
1	2400,00
2	2516,40
3	2638,45
4	2766,41
5	2900,58

- **SERVICIOS BÁSICOS**

**CUADRO N°. 54**

<b>SERVICIOS BASICOS</b>					
<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>	<b>Valor Anual</b>
Energía Eléctrica	kw	380	0,10	38,00	456,00
Agua Potable	m3	250	0,35	87,50	1050,00
Teléfono	m/h	600	0,15	90,00	1080,00
<b>Total</b>				215,50	<b>2586,00</b>

**Fuente:** EERSSA, JERATURAS DE RENTAS MUNICIPALES, CNT

**Elaborado:** La autora

- **PROYECCIÓN DE LOS SEVICIOS BÁSICOS**

**CUADRO N°. 55**

<b>PROYECCION DE LOS SERVICIOS BASICOS</b>	
<b>Años</b>	
	0,0485
1	2586,00
2	2711,42
3	2842,92
4	2980,81
5	3125,38

- **REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO**

**CUADRO N°. 56**

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>	<b>%</b>	<b>Valor Anual</b>
Vehículo	12500	0,02	250,00
Maquinaria y Equipo	2465	0,02	49,30
Muebles y Enseres	590	0,02	11,80
Equipo de Oficina	380	0,02	7,60
Equipo de computación	990	0,10	99,00
<b>Total</b>			<b>417,70</b>

- **PROYECCIÓN DE REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO**

**CUADRO N°. 57**

<b>PROYECCION DE MANTENIMIENTO</b>	
<b>Años</b>	
	0.0485
1	417,70
2	437,96
3	459,20
4	481,47
5	504,82

### Gastos de Operación

Son todos los gastos que intervienen durante el ciclo de producción que permite llevar a cabo las diversas actividades y operaciones diarias.

### Gastos Administrativos

Son todos los gastos relacionados con la administración de la empresa, son costos necesarios que están asociados con la gestión, los sueldos y salarios, los materiales y suministros de oficina y demás servicios generales de oficina.

**CUADRO N°. 58**

<b>SUELDOS ADMINISTRATIVOS</b>		
<b>Denominación</b>	<b>Gerente</b>	<b>Secretaria Contadora</b>
Remuneración Unificada	400	320
Decimo tercero	33,33	26,67
Decimo cuarto	24,33	24,33
Vacaciones	16,67	13,33
Aporte patronal 11,15%	33,45	33,45
Fondos de reserva	0	0
Aporte al IECE 0,5%	1,50	1,50
Aporte al SECAP 0,5%	1,50	1,50
<b>Total</b>	<b>511</b>	<b>421</b>
Numero de obreros	1	1
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>510,78</b>	<b>420,78</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>6129,4</b>	<b>5049,4</b>

**Fuente:** Ministerio de Relaciones Laborables

**Elaborado:** La autora

- **SUMINISTROS DE OFICINA**

**CUADRO N°. 59**

<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>					
<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>	<b>V. Anual</b>
Grapadoras	unidad	2	3,00	6,00	72,00
Perforadoras	unidad	2	5,00	10,00	120,00
Remesas de hojas	docena	3	3,60	10,80	129,60
Clips	unidad	1	2,20	2,20	26,40
Tinta para sello	unidad	3	1,75	5,25	63,00
Tinta para impresora	cartuchos	6	20,00	120,00	1440,00
Esferos	docena	1	4,50	4,50	54,00
Lápiz	docena	1	3,00	3,00	36,00
Carpetas de archivos	unidad	10	0,80	8,00	96,00
<b>Total</b>				<b>169,75</b>	<b>2037,00</b>

**Fuente:** Proforma La Reforma

**Elaborado:** La autora

- **GASTOS GENERALES**

**CUADRO N°. 60**

<b>MATERIALES DE UTILES DE ASEO</b>					
<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>	<b>V. Anual</b>
Desinfectante	galón	2	4,00	8,00	96,00
Papel higiénico	paquete	2	3,60	7,20	86,40
Escobas	unidad	2	2,20	4,40	52,80
Fundas de basura	unidad	50	1,75	87,50	1050,00
Guantes	unidad	2	3,00	6,00	72,00
Trapeadores	unidad	2	3,00	6,00	72,00
Jabón	unidad	2	4,50	9,00	108,00
Recogedor	unidad	2	1,30	2,60	31,20
<b>Total</b>					<b>1568,40</b>

**Fuente:** Distribuidora Diprolin

**Elaborado:** La autora

- **GASTOS ADMINISTRATIVOS TOTALES**

**CUADRO N°. 61**

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS TOTALES</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Valor Total</b>
Sueldos administrativos	11178,80
Suministros de oficina	2037,00
Gastos generales	1568,40
<b>Total</b>	<b>14784,20</b>

**Fuente:**55, 56, 57

**Elaboradora:** La autora

- **PROYECCIÓN GASTOS ADMINISTRATIVOS TOTALES**

**CUADRO N°. 62**

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS TOTALES</b>	
<b>Años</b>	<b>0,0485</b>
1	14784,20
2	15501,23
3	16253,04
4	17041,32
5	17867,82

- **PUBLICIDAD**

**CUADRO N°. 63**

<b>GASTOS PUBLICITARIOS</b>				
<b>PUBLICIDAD</b>	<b>ESPACIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. Mensual</b>
Radio	Aviso clasificado	15	8	120,00
Prensa Escrita	Paginas	12	30	360,00
<b>Total</b>				<b>480,00</b>

**Fuente:** Diario La Hora, Radio Sociedad

**Elaborado:** La autora.

**CUADRO N°. 64**

<b>RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Valor Anual</b>
Publicidad	480,00
Sueldos	10571,30
Imprevistos 3%	331,54
<b>Total</b>	<b>11382,84</b>

Fuente: Cuadro 59, 60

Elaborado: La autora

- **PROYECCIÓN GASTOS DE VENTAS**

**CUADRO N°. 65**

<b>PROYECCIÓN GASTOS DE VENTAS</b>	
<b>Años</b>	
	0,0485
1	11382,84
2	11934,91
3	12513,75
4	13120,67
5	13757,02

- **RESUMEN DE ACTIVOS CIRCULANTES**

**CUADRO N°. 66**

<b>ACTIVOS CIRCULARES</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Valor Mensual</b>
Materia Prima Directa	13728,00	1144,00
Mano de Obra directa	10044,80	837,07
Materia Prima Indirecta	77,50	6,46
Mano de Obra Indirecta	10571,30	880,94
Carga Fabril	2500,00	208,33
Sueldos y salarios	11178,80	931,57
Publicidad	480,00	40,00
Servicios básicos	2586,00	215,50
Imprevistos 3%	1534,99	127,92
<b>Total</b>	<b>52701,39</b>	<b>4391,78</b>

**Fuente:** Cuadro 41, 43,45, 47, 49, 51, 55, 60

**Elaborado:** La autora

**CUADRO N°. 67**

<b>RESUMEN DE LA INVERSIONES</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Valor total</b>
Activo fijo	17069,00
Activo diferido	1236,00
Activo circulante	4391,78
<b>Total</b>	<b>22696,78</b>

**Fuente:** Cuadró 31, 38,62

**Elaborado:** La autora

**Financiamiento**

Luego de haber realizado los correspondientes cuadros mencionamos la empresa contara con una parte de capital propio de 14776,37 y la otra parte se realizara un préstamo en el Banco de Fomento que será de 10000 diez mil dólares.

**CUADRO N°. 68**

<b>FINANCIAMIENTO</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>	<b>%</b>
Fuente Interna	12696,78	55,94
Fuente externa	10000,00	44,06
<b>Total</b>	<b>22696,78</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Cuadro 63

**Elaborado:** La autora

- **AMORTIZACIÓN**

Los valores correspondientes a la amortización de la deuda, que el proyecto deberá realizar por el pago de intereses y capital a través del financiamiento del Banco de Fomento 10000 diez mil dólares para cinco años con un 6,50% de interés.

**CUADRO N°. 69**

<b>AMORTIZACIÓN</b>					
<b>AÑO</b>	<b>PRÉSTAMO</b>	<b>TASA DE INTERÉS</b>	<b>AMORTIZ.</b>	<b>PAGO ANUAL</b>	<b>SALDO</b>
<b>0</b>					10000,00
<b>1</b>	10000,00	650,00	1756,35	2406,35	8243,65
<b>2</b>	8243,65	535,84	1870,51	2406,35	6373,15
<b>3</b>	6373,15	414,25	1992,09	2406,35	4381,06
<b>4</b>	4381,06	284,77	2121,58	2406,35	2259,48
<b>5</b>	2259,48	146,87	2259,48	2406,35	0,00

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado:** La autora

### **PRESUPUESTOS DE COSTOS**

Permitirá estimar y distribuir los costos del proyecto, con lo cual se estará determinando la cantidad de recursos monetarios que exige el proyecto en su vida útil.

La estructura está integrada por Costos Producción, Gastos de Administración, Gastos de Ventas y Gastos de Financieros.

CUADRO N° 70

PRESUPUESTO DE COSTOS					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>COSTO PRIMO</b>					
Materia prima directa	14.393,81	15.293,42	16.193,03	17.092,65	17.992,26
Mano de obra directa	10.044,80	10.531,97	11.042,77	11.578,35	12.139,90
Materia prima indirecta	81,26	86,34	91,42	96,49	101,57
Mano de obra indirecta	10.571,30	11.084,01	11.621,58	12.185,23	12.776,21
<b>TOTAL COSTO PRIMO</b>	<b>35.091,17</b>	<b>36.995,74</b>	<b>38.948,81</b>	<b>40.952,72</b>	<b>43.009,94</b>
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>					
Carga fabril	2.500,00	2.621,25	2.748,38	2.881,68	3.021,44
Depreciación de maquinaria y equipo	221,85	221,85	221,85	221,85	221,85
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCION</b>		<b>2.843,10</b>	<b>2.970,23</b>	<b>3.103,53</b>	<b>3.243,29</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
Sueldos administrativos	11.178,80	11.720,97	12.289,44	12.885,48	13.510,42
Depreciación de vehículo	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Depreciación de herramientas	28,80	28,80	28,80	28,80	28,80
Depreciación de muebles y enseres	53,10	53,10	53,10	53,10	53,10
Depreciación de equipo de oficina	34,20	34,20	34,20	34,20	34,20
Depreciación de equipo de computación	109,99	109,99	109,99	109,99	109,99
Suministros de oficina	2.037,00	2.135,79	2.239,38	2.347,99	2.461,87
Materiales de aseo	1.568,40	1.644,47	1.724,22	1.807,85	1.895,53
Servicios básicos	2.586,00	2.711,42	2.842,92	2.980,81	3.125,38
Amortización de activos diferidos	247,20	247,20	247,20	247,20	247,20
<b>TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION</b>	<b>19.843,49</b>	<b>20.685,94</b>	<b>21.569,26</b>	<b>22.495,41</b>	<b>23.466,48</b>
<b>GASTOS DE VENTA</b>					
Gastos de publicidad	480,00	503,28	527,69	553,28	580,12
<b>TOTAL GASTOS DE VENTA</b>	<b>480,00</b>	<b>503,28</b>	<b>527,69</b>	<b>553,28</b>	<b>580,12</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>					
Interés de préstamo	650,00	535,84	414,25	284,77	146,87
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>650,00</b>	<b>535,84</b>	<b>414,25</b>	<b>284,77</b>	<b>146,87</b>
<b>TOTAL DE OPERACIÓN</b>	<b>56.064,66</b>	<b>61.563,90</b>	<b>64.430,24</b>	<b>67.389,71</b>	<b>70.446,70</b>

## COSTOS

Para determinar los ingresos para la puesta en marcha del presente proyecto, en la cual consiste en la producción y comercialización de un café a base de cereales en la ciudad de Loja se ha considerado los siguientes aspectos: Se va a destinar el 100% de la producción para elaborar el café de cereales.

### CUADRO N°. 71

#### COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN DE CAFÉ CEREALES

COSTO UNITARIO DE FABRICACION			
AÑO	COSTOS TOTALES	N° UNIDADES PRODUCIDAS	COSTO UNITARIO
1	56,064,66	49920	1,12
2	61,563,90	53040	1,16
3	64,430,24	56160	1,15
4	67,389,71	59280	1,14
5	70,446,70	62400	1,13

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado:** La autora

- **CÁLCULO DEL PRECIO UNITARIO**

Para calcular el precio unitario, al costo unitario se le agrega el porcentaje de utilidad, como se detalla a continuación.

- **P.V.P = COSTO UNITARIO + UTILIDAD**
- **P. V.P = \$ 1.12+ (30%)**
- **P. V.P = \$ 1,46** para el primer año

En el siguiente cuadro se detalla el precio para los años de vida del proyecto.

CUADRO N°. 72

<b>COSTO UNITARIO DE FABRICACION</b>				
<b>AÑO</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>% UTILIDAD EMPRESA</b>	<b>PRECIO UNITARIO EMPRESA</b>	<b>TOTAL INGRESOS EMPRESA</b>
<b>1</b>	1,12	30%	1,46	<b>72,884,05</b>
<b>2</b>	1,16	35%	1,57	<b>83,111,27</b>
<b>3</b>	1,15	40%	1,61	<b>90,202,33</b>
<b>4</b>	1,14	45%	1,65	<b>97,715,08</b>
<b>5</b>	1,13	50%	1,69	<b>105,670,05</b>

- **ESTADO DE PÉRDIDAS O GANANCIAS**

CUADRO N°. 73

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESOS</b>					
Ventas	72,884,05	83,111,27	90,202,33	97,715,08	<b>105,670,05</b>
(-) Costos-Totales	56,064,66	61,563,90	64,430,24	67,389,71	70,466,70
(=) Utilid.-Bruta-Ventas	16819,40	21547,37	25772,10	30325,37	<b>35,223,35</b>
(-)Trabaja. 15%	2522,91	3232,10	3865,81	4548,81	<b>52,83,50</b>
(=)Utilid.-Antes-imp.	14296,49	18315,26	21906,28	25776,56	<b>29,939,85</b>
(-)Impuest. Renta 25%	3574,12	4578,82	5476,57	6444,14	<b>7484,96</b>
<b>Utilidad Neta</b>	<b>10722,37</b>	<b>13736,45</b>	<b>16429,71</b>	<b>19332,42</b>	<b>22454,89</b>

### **CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS**

Los costos totales se clasifican en fijos y variables, debido a que algunos costos aumentan si se incrementa el nivel de producción, mientras otros permaneces sin variación para cualquier nivel de producción. Esta clasificación se la realiza con la finalidad de obtener datos necesarios para el análisis del punto de equilibrio. Se entiende por costo fijo aquellos

costos que permanecen constantes para cualquier nivel de producción. Su magnitud no depende del volumen total de la producción, mientras que los costos variables, están en relación directa con los niveles de producción.

**CUADRO N°. 74**

<b>COSTOS FIJOS Y VARIABLES PRIMER AÑO</b>		
<b>RUBROS</b>	<b>Fijo</b>	<b>Variable</b>
<b>COSTO PRIMO</b>		
Materia prima directa		14,393,81
Mano de obra directa		10,044,80
Materia prima indirecta		81,26
Mano de obra indirecta	10,571,30	
<b>TOTAL COSTO PRIMO</b>		
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>		
Carga fabril		2.500,00
Depreciación de maquinaria y equipo	221,85	
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCION</b>		
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
Sueldos administrativos	11,178,80	
Depreciación de vehículo	2.000,00	
Depreciación de herramientas	28,80	
Depreciación de muebles y enseres	53,10	
Depreciación de equipo de oficina	34,20	
Depreciación de equipo de computación	109,99	
Suministros de oficina	2,037,00	
Servicios básicos	2,586,00	
Materiales de aseo	1,568,40	
Amortización de activos diferidos	247,20	
<b>TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION</b>		
<b>GASTOS DE VENTA</b>		
Gastos de publicidad	480,00	
<b>TOTAL GASTOS DE VENTA</b>		
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>		
Interés de préstamo	650,00	
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>		
<b>TOTAL DE OPERACIÓN</b>	<b>31,766,64</b>	<b>27,019,87</b>

CUADRO N°. 75

<b>COSTOS FIJOS Y VARIABLES QUINTO AÑO</b>		
<b>RUBROS</b>	<b>Fijo</b>	<b>Variable</b>
<b>COSTO PRIMO</b>		
Materia prima directa		17,992,26
Mano de obra directa		12,139,90
Materia prima indirecta		101,57
Mano de obra indirecta	12,776,21	
<b>TOTAL COSTO PRIMO</b>		
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>		
Carga fabril		3,021,44
Depreciación de maquinaria y equipo	221,85	
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCION</b>		
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
Sueldos administrativos	13,510,42	
Depreciación de vehículo	2.000,00	
Depreciación de herramientas	28,80	
Depreciación de muebles y enseres	53,10	
Depreciación de equipo de oficina	34,20	
Depreciación de equipo de computación	109,99	
Suministros de oficina	2,461,87	
Servicios básicos	3,125,38	
Materiales de aseo	1,895,53	
Amortización de activos diferidos	247,20	
<b>TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION</b>		
<b>GASTOS DE VENTA</b>		
Gastos de publicidad	580,12	
<b>TOTAL GASTOS DE VENTA</b>		
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>		
Interés de préstamo	146,87	
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>		
<b>TOTAL DE OPERACIÓN</b>	<b>37,191,53</b>	<b>33,255,17</b>

## **Análisis del Punto de Equilibrio**

La determinación del punto de equilibrio es uno de los elementos centrales en cualquier tipo de negocio pues nos permite determinar el nivel de ventas necesario para cubrir los costes totales o en otras palabras el nivel de los ingresos que cubre lo costos fijos y variables.

Este punto de equilibrio es una herramienta estratégica clave a la hora de determinar la solvencia de un negocio y su nivel de rentabilidad

**1. En función a la capacidad instalada:** Se toma en consideración la capacidad de producción de la planta en base a ello determinar el porcentaje de capacidad al que se debe trabajar cubriendo de esta forma los costos; para determinar el punto de equilibrio en función de la capacidad instalada.

### **Fórmula**

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo total}}{\text{Ventas totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

**2. En función de las ventas o ingresos:** A través de este método se determina hasta cuando la empresa tiene que vender de su producción para no perder ni ganar

### **Fórmula**

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo total}}{\text{Costo variable total}}$$

## PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL PRIMER AÑO

a) En función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo total}}{\text{Ventas totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{31,766,64}{72,884,05 - 27,019,87} \times 100$$

$$PE = 69,26\%$$

b) En función de ventas

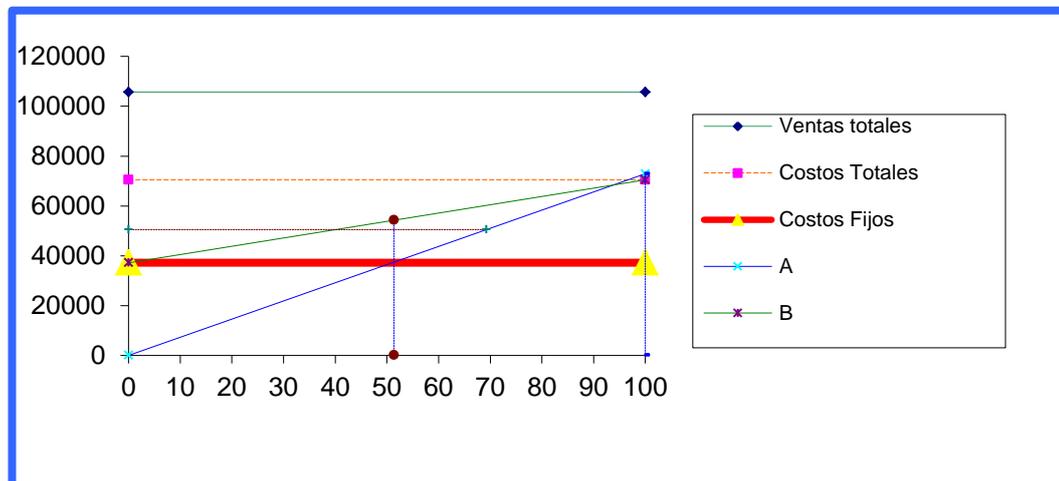
$$PE = \frac{\text{Costo Fijo total}}{\frac{1 - \text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$PE = \frac{31,766,64}{\frac{1 - 27,019,87}{72,884,05}}$$

$$PE = 50,48\%$$

## MÉTODO GRÁFICO

GRÁFICO N°. 19



En referencia al gráfico se ha tenido en cuenta las personas que trabajan en la maquinaria a utilizar se debe trabajar al 69,26% en función a la capacidad instalada los 50,48% se refiere a los ingresos para no perder ni ganar.

### Punto de Equilibrio del Quinto Año de Operación

#### a) En función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo total}}{\text{Ventas totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{37,191,53}{105,670,05 - 33,255,17} \times 100$$

$$PE = 51,36\%$$

**b) En función de ventas**

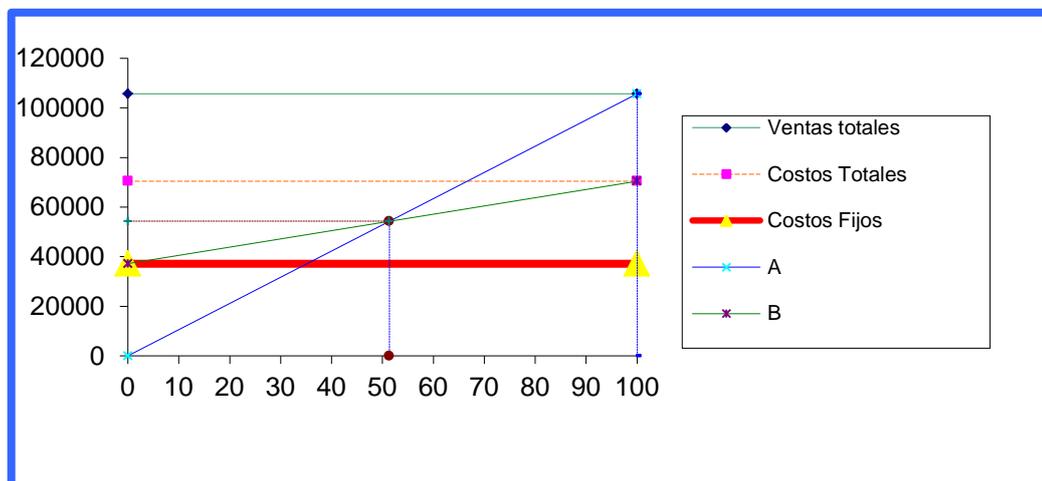
$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$PE = \frac{37,191,53}{1 - \frac{33,255,17}{105,670,05}}$$

PE= 54,27%

**c. Método Gráfico**

**GRÁFICO N°. 20**



En referencia al gráfico las personas que trabajan en la planta y la maquinaria utilizar se deben trabajar el 51,36% en función a la capacidad instalada con un valor de 54,27% referente a los ingresos para no perder ni ganar.

## EVALUACIÓN FINANCIERA

CUADRO N°. 76

FLUJO DE CAJA					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INGRESOS</b>					
Ingreso por ventas	72884,05	83111,27	90202,33	97715,08	105670,05
Valor residual			329,97		3202,27
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>72884,05</b>	<b>83111,27</b>	<b>90532,30</b>	<b>97715,08</b>	<b>108872,32</b>
<b>EGRESOS</b>					
Costo total	56064,66	61563,90	64430,24	67389,71	70446,70
Amortización	1756,35	1870,51	1992,09	2121,58	2259,48
15% trabajadores	2522,91	3232,10	3865,81	4548,81	5283,50
Reinversión				990,00	
25% impuesto a la renta	3574,12	4578,82	5476,57	6444,14	7484,96
(-) Depreciaciones	-2424,90	-2424,90	-2424,90	-2424,90	-2424,90
(-) Amortización activo diferido	-247,20	-247,20	-247,20	-247,20	-247,20
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>61245,93</b>	<b>68573,23</b>	<b>73092,61</b>	<b>78822,13</b>	<b>82802,54</b>
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>11638,12</b>	<b>14538,04</b>	<b>17439,69</b>	<b>18892,94</b>	<b>26069,77</b>

### VALOR ACTUAL NETO

Permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: MAXIMIZAR la inversión. El VAN permite determinar si dicha inversión puede incrementar o reducir el valor de las empresas.

Ese cambio en el valor estimado puede ser positivo, negativo o continuar igual. Si es positivo significará que el valor de la firma tendrá un incremento equivalente al monto del Valor Actual Neto.

Si es negativo quiere decir que la firma reducirá su riqueza en el valor que arroje el VAN. Si el resultado del VAN es cero, la empresa no modificará el monto de su valor.

**CUADRO N°. 77**

<b>VALOR ACTUAL NETO</b>			
<b>Años</b>	<b>Flujo de caja</b>	<b>Factor actualizado</b>	<b>Valor actual</b>
1	11,638,12	0,938967	10,927,81
2	14,538,04	0,881659	12,817,59
3	17,439,69	0,827849	14,437,43
4	18,892,94	0,777323	14,685,92
5	26,069,77	0,729881	19,027,83
<b>Suma V.A.N.</b>			<b>71,896,58</b>
<b>Inversión</b>			<b>-22,696,78</b>
<b>Valor actual neto</b>			<b>49,199,80</b>

**$VAN = \sum \text{Flujo Neto Actualizado} - \text{Inversión}$**

**$VAN = 71,896,58 - 22,696,78$**

**$VAN = 49,199,80$**

Con los resultados obtenidos, se puede deducir que el resultado es positivo, es decir que es rentable realizar el proyecto

**TASA INTERNA DE RETORNO**

Se define como la tasa de descuento que hace en el valor presente neto sea cero: es decir que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada (TIR).

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

**CUADRO N°. 78**

<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>					
<b>Años</b>	<b>Flujo caja</b>	<b>Factor actualizado</b>	<b>Valor actual</b>	<b>Factor Actual</b>	<b>V. Actualizado</b>
0		59%	-22696,78	60%	-22696,78
1	11638,12	0,6289308	7319,57	0,6250000	7273,82
2	14538,04	0,3955540	5750,58	0,3906250	5678,92
3	17439,69	0,2487761	4338,58	0,2441406	4257,74
4	18892,94	0,1564629	2956,05	0,1525879	2882,83
5	26069,77	0,0984044	2565,38	0,0953674	2486,21
<b>Total</b>			<b>233,37</b>		<b>-117,26</b>

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

$$TIR = 59 + 1 * 233,37 \left[ \frac{233,37}{233,37 - (-117,26)} \right]$$

**TIR= 59,67%**

Con los datos obtenidos podemos mencionar que la empresa con la inversión inicial posee un rendimiento del 59,67% por lo que es factible invertir el dinero en el presente proyecto.

### PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

CUADRO N°. 79

Años	Inversión	Flujo neto
0	22696,78	
1		11638,12
2		14538,04
3		17439,69
4		18892,94
5		26069,77
<b>Sumatoria</b>		<b>88578,56</b>

$$PRC = \frac{\text{Flujo neto} - \text{Inversión}}{\text{Flujo Último año}}$$

$$PRC = \frac{88,578,56 - 22,696,78}{26,069,77}$$

$$PRC = 2,52$$

$$2,52 = 2 \text{ Años}$$

$$0,52 \times 12 = 6,24 \text{ meses}$$

$$0,24 \times 30 = 7,20 \text{ días}$$

El período de recuperación de proyecto será 2 años, 6 meses y 7 días.

## RELACIÓN BENEFICIO COSTO

CUADRO N°. 80

RELACIÓN BENEFICIO COSTO						
Años	Costo operación	Factor	Costo actualiza.	Ingresos Original	Factor	Ingreso Actualiza.
0		0,065			0,065	
1	56064,66	0,9389671	52642,87	72884,05	0,938967	68435,73
2	61563,90	0,8816593	54278,38	83111,27	0,881659	73275,82
3	64430,24	0,8278491	53338,51	90202,33	0,827849	74673,92
4	67389,71	0,7773231	52383,58	97715,08	0,777323	75956,19
5	70446,70	0,7298808	51417,70	108872,32	0,729881	79463,82
<b>Total</b>			<b>264061,04</b>			<b>371805,47</b>

$$RBC = \frac{\text{Ingreso Actual}}{\text{Costo Actual}}$$

$$RBC = \frac{371,805,47}{264,061,04}$$

$$RBC = 1,41$$

Al relacionar los ingresos con los egresos, la empresa con cada dólar que invierta tiene el 0,41 centavos de utilidad.

## ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

CUADRO N°. 81

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 20,70% EN LOS COSTOS								
AÑOS	COSTOS OPERACIÓN	INCREMENTO DE COSTOS	INGRESO ORIGINAL	FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		20,70%			37,00%		38,00%	
						-22.696,78		-22.696,78
1	56.064,66	67.670,04	72.884,05	5.214,01	0,72993	3.805,85	0,72464	3.778,27
2	61.563,90	74.307,63	83.111,27	8.803,64	0,53279	4.690,52	0,52510	4.622,79
3	64.430,24	77.767,30	90.202,33	12.435,04	0,38890	4.835,99	0,38051	4.731,62
4	67.389,71	81.339,38	97.715,08	16.375,70	0,28387	4.648,55	0,27573	4.515,27
5	70.446,70	85.029,17	108.872,32	23.843,15	0,20720	4.940,39	0,19980	4.763,96
						224,51		-284,88

$NTIR = T_m + \text{Dif. Tasa (VAN menor / VAN menor} - \text{VAN mayor)}$

$NTIR = 37 + 1 (224,51 / 224,51 - (-284,88))$

**NTIR = 37,46%**

**Diferencia de TIR**

**Dif. Tir = Tirproy. - Nueva Tir**

**Dif. Tir = 59,67% - 37,46%**

**Dif. Tir = 22,21%**

**Porcentaje de Variación**

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

**% Var = (22,21% / 59,67) \* 100**

**% Var = 37,22%**

**Sensibilidad**

**Sensibilidad = % Var / Nueva Tir**

**Sensibilidad = 37,22% / 37,46**

**Sensibilidad = 0,99**

La empresa soporta el 20,70% en el incremento de los costos pasado este porcentaje la empresa es sensible.

CUADRO N°. 82

<b>ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 14,55% EN LOS INGRESOS</b>								
<b>AÑOS</b>	<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>INGRESO ORIGINAL</b>	<b>INGRESO ORIGINAL</b>	<b>FLUJO NETO</b>	<b>FACTOR ACT.</b>	<b>VALOR ACTUAL</b>	<b>FACTOR ACT.</b>	<b>VALOR ACTUAL</b>
			<b>15,00%</b>		<b>37,00%</b>		<b>39,00%</b>	
						-22.696,78		-22.696,78
1	56.064,66	72.884,05	61.951,44	5.886,79	0,7299	4.296,93	0,7194	4.235,10
2	61.563,90	83.111,27	70.644,58	9.080,68	0,5328	4.838,12	0,5176	4.699,90
3	64.430,24	90.202,33	76.671,98	12.241,75	0,3889	4.760,82	0,3724	4.558,26
4	67.389,71	97.715,08	83.057,82	15.668,11	0,2839	4.447,69	0,2679	4.197,18
5	70.446,70	108.872,32	92.541,47	22.094,77	0,2072	4.578,11	0,1927	4.258,10
						224,89		-748,25

**NTIR=Tm + Dif. Tasa (VAN menor/ VAN menor – VAN mayor)**

**NTIR= 38+ 2 (224,89 / 224,89 – (-748,25))**

**NTIR= 37,46%**

**Diferenciade TIR**

**Dif. Tir=Tirproy. – Nueva Tir**

**Dif. Tir=59,67 – 37,46%**

**Dif. Tir= 22,21%**

**Porcentaje de Variación**

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

**% Var = (24,92% / 64,16)\*100**

**% Var = 37,22%**

**Sensibilidad**

**Sensibilidad = % Var /Nueva**

**Sensibilidad = 37,22% / 37,46**

**Sensibilidad = 0,99**

La empresa soporta el 15,00% de disminución en los ingresos si a futuro la empresa sufre disminución en sus ventas, ya sea por los impuestos o leyes.

## **h. CONCLUSIONES**

Una vez realizado el estudio de factibilidad del actual proyecto, se tiene información precisa y suficiente que permito llegar a las siguientes conclusiones:

- El estudio de mercado revela una gran demanda insatisfecha de este producto en la ciudad de Loja, de forma que implementando el proyecto de forma idónea, puede llegar a tener buena acogida en el mercado con la disponibilidad de comprar y consumir este producto.
- El café a base de cereales estará elaborado con un cereal de primera como el haba la soya el trigo la cebada se puede producir inmediatamente en la empresa. Solamente se requiere tener personal capacitado para trabajar con la maquinaria de la empresa.
- El estudio técnico y financiero nos muestra claramente la viabilidad del proyecto en cuánto a capacidades de producción, procesamiento, almacenamiento y colocación del producto en el mercado, logrando así cubrir la demanda insatisfecha identificada e incluso superarla.
- La sociedad a crear será de tipo limitada, la cual se recomienda para pequeñas y medianas empresas. En donde la responsabilidad del socio será hasta el monto que aportó.
- El análisis financiero arroja una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 59,67% y un Valor Actual Neto (VAN) del 49199,80 en donde se puede observar claramente que el proyecto es factible.
-

## **i. RECOMENDACIONES**

- Es necesario indispensable contar un sistema de información actualizado de clientes, proveedores, competencia y otras variables de mercado, de tal forma que a partir de una base de datos constantemente actualizada se pueda reaccionar ante diversas variaciones del mercado o de los clientes.
- La empresa deberá desarrollar una estrategia comercial muy agresiva en cuanto a imagen, principalmente por el diseño del empaque y la realización de actividades en los puntos de venta que permitan el contacto directo con los consumidores y con el producto para facilitar la difusión y verificación de las ventajas del mismo.
- Adquirir las ventajas de activos necesarios para poder mantener la productividad de la empresa en todas sus operaciones.
- Para que la empresa marche por buen camino se tendrá que ejecutar un rediseño de procedimientos en las áreas administrativas y financieras, de tal forma que se exista un control presupuestario y contable, de los procedimientos en las distintas áreas y mayor eficiencia en las operaciones y controlar periódicamente este modelo de procedimientos para que la empresa no decline.
- Efectuar el proyecto de la forma en que ha se lo ha realizado, ya que demuestra ser rentable y atractivo de inversión con índices positivos, del producto de un análisis profundo y totalmente real del entorno.

## j. BIBLIOGRAFÍA

- ❖ ARMIJOS Gutierrez, Eduardo A. y Alex E. Armijos Gutiérrez 2009 Guía para la elaboración y Evaluación de Proyectos de Investigación 1ª edición, ISBM, Impreso en Ecuador.
- ❖ BUENA SALUD, El arte de alimentarse bien, 2011
- ❖ GALLEGO Juan José, FERNÁNDEZ Susana **Proyecto empresarial**, impreso en España del 2002
- ❖ KLOTER P. ARMSTRONG G. **Fundamentos de marketing** 4ta edición
- ❖ Meneses Edilberto **Preparación y evaluación de proyectos** 3ra edición
- ❖ Juan José Gallego, Susana Fernández. Proyecto Empresarial pág. 50

## PÁGINAS DE INTERNET:

- ❖ [www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)
- ❖ Por Gilberto Rojas Huertas / [www.geocities.com/gilberto-rojas](http://www.geocities.com/gilberto-rojas)
- ❖ [www.biblioteca.co.cr/html/glosariofinaciero.shtml](http://www.biblioteca.co.cr/html/glosariofinaciero.shtml)
- ❖ [www.google.com](http://www.google.com) Nociones Básicas de Planeación Empresarial
- ❖ [www.ecuared.cu/index.php/Cereal](http://www.ecuared.cu/index.php/Cereal)
- ❖ [Html.rincondelvago.com/cereales.html](http://Html.rincondelvago.com/cereales.html)
- ❖ [www.buenastareas.com/ensayos/EstudiOrganizacional/96630.html](http://www.buenastareas.com/ensayos/EstudiOrganizacional/96630.html)
- ❖ <http://www.contactopyme.gob.mx/promode/invmdo.asp>
- ❖ <http://www.emagister.com/curso-proyectos-inversion/estudio-mercado>
- ❖ <http://preparacionyevaluacionproyectos.blogspot.com/2009/02/ingenieria-del-proyecto-distribucion-de.html>

## K. ANEXOS



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
ENCUESTA**

Con la finalidad de dar cumplimiento a mi trabajo de tesis, a usted muy respetuosamente le pido se digne otorgarme la información necesaria para realizar mi proyecto, dicha información será utilizada con fines académicos, desde ya se le agradece su gentileza y colaboración al dar respuesta a las siguientes preguntas

**1. ¿En su familia consumen café?**

Si ( )

No ( )

**2. ¿Que tipo de café consume regularmente?**

Instantáneo ( )

De filtrar ( )

**3. ¿Sabia usted que el café tradicional causa en su organismo acidez estomacal, úlceras y altera el sistema nervioso?**

Si ( )

No ( )

**4. ¿En su alimentación diaria consume usted bebidas sin cafeína?**

Si ( )

No ( )

**5. ¿Consumen en sus familias cereales?**

Si ( )

No ( )

**6. ¿Ha consumido usted alguna vez café de cereales?**

Si ( )

No ( )

**7. ¿Sabia usted que el café de cereales es una alternativa nutritiva y medicinal que contiene calcio sin cafeína y contribuye al bienestar de su salud?**

Si ( ) No ( )

**8. ¿Conociendo usted todas las características que tiene el café de cereales estaría dispuesto a comprar?**

Si ( )

No ( )

**9. ¿Si se llegara a instalar una empresa productora y comercializadora de café de cereales consumiría el producto que se oferta como una nueva alternativa gastronómica?**

Si ( )

No ( )

**10. ¿Con que frecuencia consumiría usted el café de cereales?**

Semanal ( )

Quincenal ( )

Mensual ( )

**11. ¿En que lugares le gustaría que se expendiera el producto?**

Mercados ( )

Autoservicios ( )

Bodegas ( )

Tiendas ( )

Local propio ( )

**12. ¿Porque medios le gustaría que se de a conocer el nuevo producto?**

Radio ( )

Prensa ( )

Tv ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACION**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
ENCUESTAS OFERENTES**

Con la finalidad de dar cumplimiento a mi trabajo de tesis, a usted muy respetuosamente le pido se digne otorgarme la información necesaria para realizar mi proyecto, dicha información será utilizada con fines académicos, desde ya se le agradece su gentileza y colaboración al dar respuesta a las siguientes preguntas.

**1. ¿Vende en su negocio café?**

Si ( )

No ( )

**2. ¿Cuántas libras de café vende a diario en su negocio?**

MercadosCentral ( )

Mercado Mayorista ( )

Tiendas ( )

Autoservicios ( )

Bodegas ( )

**3. ¿Cuánto vale la libra de café en su negocio?**

2,25 ( )

2,75 ( )

2,75 ( )

2,50 ( )

2,35 ( )

**4. ¿Cómo consideran sus clientes el precio del café?**

Mercados Central                      Económico ( )

Mercado Mayorista                      Medio alto ( )

Tiendas

Autoservicios

Bodegas

**5. ¿Si se instalara una empresa productora de café de cereales de elevadas características nutricionales y medicinales. Vendería usted este producto?**

Si ( )

No ( )

**6. ¿Porque medios publicitarios usted oferta sus productos?**

Radio ( )

Prensa ( )

Tv ( )

**7. ¿Ofrece usted a sus clientes alguna clase de**

Descuentos ( )

Promociones ( )

Degustaciones ( )

Ofertas ( )

Premios ( )

**8. ¿Usted distribuye el café a otros lugares de consumo?**

Si ( ) No ( )

**GRACIAS POR COLABORACION**

**ÍNDICE**

**INDICE**

PORTADA -----	i
CERTIFICACION -----	ii
AUTORIA -----	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN -----	iv
AGRADECIMIENTO -----	v
DEDICATORIA -----	vi
a. TITULO-----	1
b. RESUMEN -----	2
c. INTRODUCCIÓN -----	6
d. REVISIÓN DE LITERATURA -----	9
e. MATERIALES Y MÉTODOS -----	33
f.RESULTADOS -----	40
g. DISCUSIÓN -----	63
1. Estudio de Mercado -----	63
2. Estudio Técnico -----	73
3. Estudio Organizacional -----	87
4. Estudio Financiero -----	106
h. CONCLUSIONES -----	141
i. RECOMENDACIONES -----	142
j. BIBLIOGRFÍA -----	143
k. ANEXOS -----	144
INDICE-----	148