



1859

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE ACEITE DE AGUACATE Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN MORONA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO PARA EL AÑO 2016”.

*Tesis previo a la obtención del
Grado de Ingeniera Comercial.*

AUTORA:

Gemileth Gabriela Zabala Vinueza

DIRECTOR:

Ing. Edwin Bladimir Hernández Quezada Mg. Sc.

LOJA – ECUADOR

2017

CERTIFICACIÓN

Ing. Edwin Bladimir Hernández Quezada Mg. Sc.

DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Haber dirigido y revisado el presente el trabajo de investigación titulado: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE ACEITE DE AGUACATE Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN MORONA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO PARA EL AÑO 2016”**. De la aspirante **Gemileth Gabriela Zabala Vinueza**, el mismo que se ajusta a las normas de graduación de la Universidad Nacional de Loja, tanto en aspectos de forma como de contenido, por lo cual me permito autorizar su presentación para los fines consiguientes

Loja, Noviembre del 2017

Atentamente,



Ing. Edwin Bladimir Hernández Quezada Mg. Sc.

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, **Gemileth Gabriela Zabala Vinuesa**, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi trabajo.

Autora: Gemileth Gabriela Zabala Vinuesa

Firma:



Cédula: 1400563712

Fecha: Loja, Noviembre del 2017

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

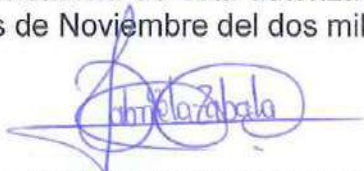
Yo, **Gemileth Gabriela Zabala Vinueza**, declaro ser autora de la Tesis titulada: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE ACEITE DE AGUACATE Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN MORONA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO PARA EL AÑO 2016”**. Como requisito para optar al Grado 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 23 días del mes de Noviembre del dos mil diecisiete, firma la autora.

Firma:



Autora: Gemileth Gabriela Zabala Vinueza

Cédula: 1400563712

Dirección: Santa Elena, La Libertad, Vía Punta Carnero

Correo Electrónico: gabyzabala_90@hotmail.com

CÉLULAR: 0994390675

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Edwin Bladimir Hernández Quezada Mg. Sc.

TRIBUNAL DE GRADO:

Presidente: Ing. Nivaldo Anguisaca Guerrero Mg. Sc.

Vocal: Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc.

Vocal: Ing. Galo Salcedo López Mg. Sc.

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo producto de mi esfuerzo académico lo dedico primeramente a dios y a mi familia de manera especial a mi esposo Robinson J. Núñez N. Quienes han sido mi fuente de inspiración y por quienes he dedicado mi superación personal.

Así también les dedico a mis padres, hermanos y familiares más cercanos y compañeros quienes han estado a mi lado en todo momento apoyándome para continuar con mi esfuerzo y motivación para poder superarme cada día más.

A cada uno de las personas que me han sabido brindar su amistad a todos ellos el presente trabajo investigativo.

Gemileth Zabala

AGRADECIMIENTO

Una vez culminado mi trabajo de tesis dejo constancia de mi agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja institución mediante la cual tuve la oportunidad para continuar mis estudios de tercer nivel y poder lograr mi profesionalización, a la planta administrativa la que me facilitó la realización de los distintos trámites en mi época estudiantil; a cada uno de los docentes que durante los distintos ciclos académicos me han sabido inculcar los conocimientos para lograr culminar mi carrera.

Al director de tesis el Ing. Edwin Bladimir Hernández Quezada, quien me ha brindado el asesoramiento respectivo como también a los compañeros de formación con quienes he compartido buenos y gratos momentos a todos ellos muchas gracias.

Gemileth Zabala

a. Título

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE ACEITE DE AGUACATE Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN MORONA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO PARA EL AÑO 2016”.

b. Resumen

El presente trabajo de titulación denominado: Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de aceite de aguacate y su comercialización en el cantón Morona, Provincia de Morona Santiago, ha sido desarrollado con el objetivo de establecer la factibilidad económica y financiera de la industrialización de un aceite de alta calidad nutricional y medicinal extraído del aguacate.

Para dar orientación a la investigación fue necesario plantear un objetivo general el mismo que versa así: Realizar un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de aceite de aguacate y su comercialización en el cantón Morona, Provincia de Morona Santiago. Así mismo para su cumplimiento se trazan objetivos específicos que en síntesis tratan de desarrollar los siguientes estudios: de mercado, técnico, administrativo, económico-financiero, evaluación financiera y evaluación de impacto social y ambiental.

Además para cumplir con los objetivos planteados, se utilizó diferentes métodos y técnicas; entre los primeros se puede anotar los métodos: deductivo, inductivo, analítico, sintético, matemático y estadístico; entre las técnicas, se utilizó la encuesta, misma que fue aplicada a una muestra representativa de las familias del cantón Morona, la cual se calculó en 387 encuestas.

Por lo expuesto se pudo obtener los siguientes resultados, el 98% de los encuestados consumen aceite comestible, el 44% consumen aceite de

aguacate, el 89% si estarían dispuestos a comprar el producto de la nueva empresa, con estos porcentajes se determina, las demandas, potencial, real y efectiva, a esta última se multiplica por el consumo per cápita que se calculó en 24 unidades, y se obtiene una demanda efectiva en unidades de 110.645, que relacionadas con la oferta proyectada se obtiene una demanda insatisfecha de 53.237 unidades de 750 ml.

En el primer año del proyecto con la capacidad instalada se pretende cubrir el 96,28% de la demanda insatisfecha, de la cuya capacidad se utilizará el 95% en todos los años, es decir se producirá 50.160 unidades de 750 ml.

Para la ejecución del presente proyecto, se requiere una inversión del USD 67.751,89; que serán financiados, el 58% con fuentes externas y el 42% con aporte de los socios. El costo total para el primer año es de USD 96.886,06; se establece un costo unitario de USD 1,93 que con un margen de utilidad del 22%, se establece el P.V.P de USD 2,36 en el primer año, lo cual permite tener unos ingresos de USD 118.200,99.

En la evaluación financiera, al tener un flujo de caja positivo en todos los años de vida útil del proyecto, se determina un VAN de USD 21.198,74; la TIR es de 18,49%; la relación beneficio costo es de USD 1,22; el periodo de recuperación del capital de 5 años, 8 meses y 5 días, la sensibilidad se establece en 0,99 tanto en incremento de costos como en disminución de ingresos.

El trabajo de investigación se concluye, afirmando la viabilidad del proyecto, puesto que todos los indicadores financieros son favorables, es decir se obtiene un VAN mayor que 1, la TIR, es superior al costo de oportunidad, en la R/C, por cada dólar invertido se obtiene 22 centavos de utilidad, el periodo de recuperación de la inversión es muy inferior a los años de vida útil del proyecto y finalmente se obtiene una sensibilidad menor a 1, con un aumento de los costos del 8,57% y con una disminución de los ingresos del 7,93%.

Abstract

The present titling work: Feasibility project for the creation of a enterprise producing avocado oil and its commercialization in the Morona canton, Province of Morona Santiago, was developed with the objective of establishing the economic and financial feasibility of industrialization of a high quality nutritional and medicinal oil extracted from the aguacate.

In order to give guidance to the research, it was necessary to propose a general objective that would be the same: To carry out a feasibility project for the creation of a company producing avocado oil and its commercialization in the Morona canton, Province of Morona Santiago. In addition, specific objectives are drawn up for this purpose, which in summary seek to develop the following studies: market, technical, administrative, economic and financial, financial evaluation and evaluation of social and environmental impact.

In order to meet the stated objectives, different methods and techniques were used; among the former can be noted the methods: deductive, inductive, analytical, synthetic, mathematical and statistical; among the techniques, the survey was used, which was applied to a representative sample of the families of the Morona canton, which was calculated in 387 surveys.

The present titling work: Feasibility project for the creation of a micro-enterprise producing avocado oil and its commercialization in the Morona

canton, Province of Morona Santiago, was developed with the objective of establishing the economic and financial feasibility of industrialization of a high quality nutritional and medicinal oil extracted from the aguacate.

Therefore, the following results could be obtained: 98% of respondents consume edible oil, 43% consume avocado oil, 89% if they would be willing to buy the product of the new company, with these percentages determined, the demands, potential, real and effective, the latter is multiplied by the per capita consumption that was calculated in 24 units, and an effective demand is obtained in units of 110,645, which related to the projected supply, an unsatisfied demand of 53,237 units is obtained of 750 ml.

In the first year of the project with the installed capacity, it is intended to cover 96.28% of the unmet demand, of which the capacity will be used 95% in all years, that is, 50,160 units of 750 ml will be produced.

For the execution of this project, an investment of USD 67,751.89 is required; that will be financed, 58% with external sources and 42% with contribution from partners. The total cost for the first year is USD 96,886.06; a unit cost of USD 1.93 is established, which with a profit margin of 22%, establishes the P.V.P of USD 2.36 in the first year, which allows having an income of USD 118,200.99.

In the financial evaluation, having a positive cash flow in all the years of the project's useful life, a NPV of USD 21,198.74 is determined; the IRR is

18.41%; the cost benefit ratio is USD 1.22; the capital recovery period of 5 years, 8 months and 5 days, the sensitivity is set at 0.99 both in terms of increased costs and decreasing revenues.

The research work is concluded, affirming the viability of the project, since all the financial indicators are favorable, that is, a NPV greater than 1 is obtained, the IRR is higher than the opportunity cost, in the R / C, for each Invested dollar yields 22 cents of profit, the investment recovery period is much lower than the years of the project's useful life and finally a sensitivity of less than 1 is obtained, with an increase in costs of 8.57% and with a decrease in income of 7.93%.

c. Introducción

La mayoría de las industrias que han crecido se encuentran ubicadas en las grandes ciudades como Quito, Guayaquil, Cuenca, Manabí, en cambio ciudades como Morona en donde existen pequeñas y medianas industrias dedicadas al sector de alimentos el crecimiento ha sido mínimo, debido a varios obstáculos como la falta de apoyo del gobierno central a través de una política empresarial.

Debido a esta carencia empresarial, muchas de las necesidades que tienen los ecuatorianos no han sido satisfechas especialmente en el área de la producción de alimentos como el aceite a base de aguacate y existen pocas empresas que están legalizadas y reconocidas para procesar este tipo de productos.

El aguacate no sufre un proceso de transformación a pesar de que en Morona existe la suficiente materia prima, lo que se ha visto es que las personas que se dedican a la agricultura lo siembran, lo cosechan lo comercializan en forma natural con gran aceptación del mercado por su alto valor nutritivo.

Ante esta situación es indispensable crear un proyecto de factibilidad destinado a la creación de una empresa productora de aceite a base de aguacate y su comercialización en el cantón Morona, provincia de Morona Santiago, el mismo que tendrá la finalidad de presentar un producto natural, nutritivo y con excelente calidad, además de fortalecer la

industria en la provincia de Morona Santiago y generar fuentes de trabajo y con ello aportar a la economía de las familias de este sector.

Con el propósito que el trabajo se presente de manera ordenada y entendible para el lector y además para cumplir con los parámetros establecidos por la Universidad Nacional de Loja, se estructura de la siguiente manera:

El **título** indica todo lo relacionado al objeto de estudio, el **resumen** que contiene una síntesis de lo más importante del trabajo investigativo, la **introducción** describe de manera general el aporte de la investigación a la sociedad y expone la estructura de la tesis. **La revisión de la literatura**, incluye los conceptos relativos a los objetivos planteados y ejecutados, seguidamente en los materiales y métodos se destaca los métodos y técnicas empleadas para el desarrollo de la investigación.

De la misma manera se expone los resultados, que hacen mención a la tabulación y análisis de las encuestas, en la discusión se presenta el estudio de mercado que incluye; el análisis cuantitativo de la demanda y oferta. Así mismo se ejecuta el estudio técnico que contiene; tamaño de la empresa, localización e ingeniería del proyecto.

Posteriormente se encuentra el **estudio administrativo**, que consta de la parte legal en donde se determinan todos los requerimientos, requisitos y permisos pertinentes para la puesta en marcha del proyecto, además se

determina la parte estructural como: los niveles jerárquicos, organigrama de la empresa y el manual de funciones.

En la discusión además, se establece el **estudio económico-financiero**, que hace referencia a las inversiones, financiamiento, costos, gastos, ingresos, punto de equilibrio y estado de pérdidas y ganancias. De la misma manera, en la **evaluación financiera** se analizan; el flujo de caja, el valor actual neto, la tasa interna de retorno, la relación beneficio-costos, el periodo de recuperación de la inversión y el análisis de sensibilidad. Seguidamente se muestra el estudio de impacto social y ambiental

En la parte final se presentan las **conclusiones y recomendaciones** derivadas del presente estudio. Para mejor comprensión del trabajo realizado, se incluye la **bibliografía** utilizada en el proceso de la investigación, en **anexos** se muestran los formatos de los instrumentos utilizados y finalmente se esquematiza el índice que permite una rápida visión del contenido del presente trabajo.

d. Revisión de Literatura

Marco teórico referencial

El Aguacate.

Generalidades

El aguacate es un fruto exótico carnoso que se obtiene del árbol tropical del mismo nombre. En algunas partes de América del Sur se conoce como Palta. Presenta unas dimensiones de 5-6 cm de longitud. El peso normal oscila entre 200-400 g, aunque pueden encontrarse piezas de hasta 2 kg de peso. La corteza es gruesa y dura de color verde cuyo tono depende de la variedad. La pulpa es aceitosa de color crema a verde amarillento, con un sabor similar a la nuez. Posee una única semilla redondeada de color pardo claro y 2-4 cm. (Neira, 2010).

Variedades del aguacate

Hass, la más conocida y comercializada

Bacon, de coloración verde brillante

Cocktail, alargado y sin hueso, de sabor muy delicado

Fuerte, exquisito sabor que se cultiva en Israel, Kenia, Sudáfrica y España

Pinkerton, cultivado solo en Israel. (Neira, 2010)

Propiedades Nutritivas del Aguacate

Grasas: 14-15 gramos en 100 gr. de fruta. Es el nutriente más abundante en este fruto, por lo que el aguacate es muchas veces prohibido en las dietas de adelgazamiento o hipocalóricas. Es el aporte calórico en sí, quien lo hace inadecuado en personas que desean bajar su peso, no el tipo de grasas que contiene. En este punto es muy importante aclarar que el 70% de esas grasas, son insaturadas (ácido linolénico y ácido linoleico). En otras palabras grasas saludables (disminuyen los niveles de LDL). Sólo un 15% del total de grasas es saturada, y está absolutamente libre de colesterol. Este fruto es adecuado para personas con colesterol elevado y diabetes. (Neira, 2010)

Minerales: es fuente de potasio, contiene un 60% más de este mineral que un plátano mediano, también aporta magnesio. Su consumo es muy aconsejado entre los deportistas y situaciones de estrés. El aporte de sodio es muy bajo, por lo que personas con hipertensión pueden tomarlo, siempre con moderación para no afectar al peso corporal, dado su alto aporte calórico. No es adecuado para todas aquellas personas que sufran de insuficiencia renal. (Neira, 2010)

Vitaminas: se destaca en su alto contenido en Vitamina E, poderoso antioxidante natural, que reduce el riesgo a padecer enfermedades cardiovasculares y otras degenerativas como el cáncer. Contiene vitamina C, la cual también actúa contra los radicales libres, neutralizándolos para que no resulten perjudiciales a nuestro organismo. Las vitaminas del complejo B, vitamina A y el ácido fólico están presentes. (Neira, 2010)

Fibra: “El aguacate es la fruta con mayor contenido de fibra soluble, la cual regulariza el tránsito intestinal, y reduce la absorción de colesterol y azúcar en el organismo, disminuyendo sus niveles sanguíneos” (Neira, 2010)

Hidratos de carbono: “La presencia de hidratos de carbono es considerable pero la de proteínas es baja (como en la mayoría de las frutas)”. (Neira, 2010)

Beneficios para la salud

Los beneficios para la salud que ofrece el aguacate son:

Mantiene un corazón saludable:

Reduce el colesterol

Controla la presión arterial

Propiedades antiinflamatorias

Promueve la salud ocular

Previene defectos de nacimiento

Reduce el riesgo de accidentes cerebrovasculares

Protege contra el cáncer

Antienvejecimiento

Quita el mal aliento

Aumenta la absorción de nutrientes

Cuida de la piel

Ayuda a engordar. (Neira, 2010)

Aceite de Aguacate

El cambio en los hábitos alimenticios de las personas a llevado consigo el reemplazo de las grasas de origen animal, marcándose énfasis en el aprovechamiento de las propiedades contenidas en los lípidos de origen vegetal; con mayor frecuencia los aceites ricos en ácido oleico y ácido graso mono insaturado son utilizados en la preparación diaria de alimentos ya que consumirlos de manera regular resulta en mayores beneficios para la salud del consumidor. Una alternativa al uso de lípidos de origen animal es el aceite de aguacate; por su proceso de producción libre de químicos, el aceite de aguacate es un producto con propiedades nutritivas favorables para la salud; “la propiedad de ser un aceite con elevado nivel de proteínas, hidratos de carbono, vitaminas y minerales, le otorgan un gran valor nutricional”. De manera cada vez más frecuente, en ciertos casos, se utiliza en la elaboración de alimentos (Solís, 2009).

El Aceite de Aguacate proveniente de la pulpa del fruto entero, que pasará por un proceso de transformación, en una planta que cuenta con una rampa de recepción, área de maduración, deshuesadora, descortezadora, amasadoras, extractora de aceite al vacío y envasadora, cuyo propósito es elaborar aceite extra virgen para el consumo humano (Neira, 2010).

“El aceite de aguacate es difícil de conseguir, principalmente cuando se trata de aceite crudo para fines experimentales, porque el aceite refinado está sujeto a un proceso de altas temperaturas que podrían hacer cambiar los ácidos grasos” (Alvizoury & Rodríguez, 2009)

Beneficios del aceite de aguacate

El aceite de aguacate es una fuente importante energía, y mantiene el equilibrio de lípidos, colesterol, entre otros elementos, además “los beneficios que posee el aceite de aguacate como los altos niveles de proteínas, hidratos de carbono, vitaminas y los minerales ayudan en el tratamiento contra importantes enfermedades crónicas (Solís, 2009)

Marco conceptual

Proyecto

Reyes (2011), declara que un proyecto es “un proceso único que se fundamenta en diferentes actividades sistemáticas y con tiempos de ejecución, mismas que pretenden el logro de objetivos, vinculando condiciones de tiempo, costos y recursos” (pág. 5).

Así mismo Di Mari (2013), asevera que “un proyecto es la exploración de un medio adecuado a la propuesta de la resolución de un problema, entre otras la satisfacción de una necesidad colectiva” (pág. 4).

Diez (2010), por su parte manifiesta que “un proyecto es una herramienta o instrumento que busca recopilar, crear, analizar en forma sistemática un conjunto de datos y antecedentes, para la obtención de resultados” (pág. 9.)

Factibilidad

“Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto” (Alegsa, 2010).

Proyecto de factibilidad

Se entiende por factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso. (Sapag Chain, 2011)

”El modelo propuesto para la realización de estudios de factibilidad es una combinación de elementos técnicos y económicos, donde se fundamenta la creación de un grupo de expertos para la realización de la tarea y la posibilidad de analizar la inversión”. (García, Hernandez, & Samaniego, 2012)

Componentes del estudio de factibilidad

Para García (2010), son cinco los estudios particulares que deberán realizarse para disponer de toda la información relevante para la evaluación:

1. Estudio de mercado.
2. Estudio técnico.
3. Estudio administrativo.

4. Estudio económico financiero.
5. Evaluación financiera.
6. Evaluación de impacto social y ambiental

Estudio de mercado

Semyraz (2009), define al estudio de mercado como:

Proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica. (Pág. 23).

Según Santos (2010) el estudio de mercado “es más que el análisis de la oferta y demanda o de los precios del proyecto. Muchos costos de operación pueden pronosticarse simulando la situación futura y especificando las políticas y procedimientos que se utilizarán como estrategia comercial”.

Demanda

Talaya (2010), define a la demanda como, “las cantidades de determinado bien o servicio que los compradores están dispuestos a adquirir a determinado precio. Implica entonces no solamente la intención de adquirir el bien en cuestión sino adicionalmente la disposición de los medios económicos para su realización”

A este respecto Merino (2010), manifiesta que:

El estudio de la demanda tiene como propósito detectar las necesidades de consumo y la forma de satisfacerlas, averiguar sus hábitos de compra (lugares, momentos, preferencias). Su objetivo final es aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda no satisfecha de los consumidores.

Demanda potencial

Cepedas (2010) define a la demanda potencial como “la demanda existente en el mercado para el consumo de diversos productos y que, por diversas razones, factores o motivos no ha llegado a satisfacer las necesidades del consumidor”

Demanda Real

“Está formada por la cantidad de bienes o servicios que son consumidos o usados actualmente por el Mercado” (Mankiw, Principios de Economía, 2010).

Demanda Efectiva

“Constituye la porción de demandantes potenciales que tienen las condiciones materiales o económicas necesarias para consumir un determinado producto” (Córdova M. , Formulación y evaluación de proyectos, 2011).

Consumo per-cápita

“La cantidad del producto que va a consumir cada consumidor o usuario anualmente” (Setterfield, 2011).

Fórmula para el cálculo del consumo per cápita:

$$X = \frac{\sum X_m(F)}{N}$$

Oferta

Mankiw (2009) declara que la oferta “hace referencia a las distintas cantidades de un bien o servicio que los productores están dispuestos a llevar al mercado a distintos precios manteniéndose los demás determinantes invariables”.

Así mismo Córdoba (2011) manifiesta que “es una relación que muestra las cantidades de una mercancía que los vendedores estarían dispuestos a ofrecer para cada precio disponible durante un periodo de tiempo dado si todo lo demás permanece constante” (pág. 72).

“Además se relaciona el conjunto de empresas con las que se comparte el mercado del mismo producto. Para realizar un estudio de la oferta es necesario establecer quiénes son los competidores, cuántos son y sus respectivas ventajas competitivas” (Merino, 2010).

Demanda insatisfecha

Se llama demanda insatisfecha a “aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto; dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta” (Mankiw, Principios de Economía, 2009)

Estrategias de comercialización

Baena (2011), las estrategias de comercialización o marketing mix consiste en:

Un concepto que se utiliza para nombrar al conjunto de herramientas y variables que tiene el responsable de marketing de una organización para cumplir con los objetivos de la entidad. Esto quiere decir que el marketing mix está compuesto por la totalidad de las estrategias de marketing que apuntan a trabajar con los cuatro elementos conocidos como las Cuatro P: Producto, Precio, Plaza y Promoción (pág. 11)

Producto

“Un producto es un conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, etc.) e intangibles (marca, imagen, servicio, etc.) que el comprador acepta como algo que va a satisfacer sus necesidades” (Baena, 2011).

El producto es algo que se ofrece a un mercado para ser adquirido y satisfacer un deseo o necesidad. También hay que definir “servicio”, que es la o las actividades, beneficios o satisfacciones que son ofrecidos para su venta. (Sainz de Vicuña, 2013)

Marca.- “Considerada como los nombres y expresiones gráficas que facilitan la identificación del producto y permiten su recuerdo asociado a uno y otro atributo” (Baena, 2011).

Slogan.- “Es un elemento verbal que se utiliza en la gran mayoría de formatos publicitarios el mismo que provoca una asociación entre la marca y su ventaja principal” (Clements & Gido, 2011).

Etiqueta.- “Es un elemento que se adhiere a otro para identificarlo o describirlo” (De la Fuente, 2010).

Precio

“Se puede definir al precio de un bien o servicio como el monto de dinero que debe ser dado a cambio del bien o servicio” (Sainz de Vicuña, 2013).

“El precio es el único elemento de la mezcla de marketing que produce ingresos; todos los demás elementos representan costos. El precio también es uno de los elementos más flexibles de la mezcla del marketing. El precio se puede modificar rápidamente” (Bonilla, 2013).

Plaza o distribución

Se entiende como plaza el lugar físico o área geográfica en donde se va a distribuir, promocionar y vender cierto producto o servicio, la cual es formada por una cadena distributiva por la que estos llegan al consumidor, es decir, del fabricante a los distintos tipos de establecimientos en donde pueden ser adquiridos. (Sainz de Vicuña, 2013)

Para afianzar la definición anterior Ojeda (2015) menciona que distribución es el “conjunto de empresas e individuos que adquieren la propiedad o participan la transferencia de un bien o servicio a medida que este se desplaza del productor al consumidor o usuario final (pág. 26).

Promoción

La promoción es el elemento de la mezcla de marketing que sirve para informar, persuadir, y recordarles al mercado la existencia de un producto y su venta, con la esperanza de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del receptor o destinatario. (Sainz de Vicuña, 2013)

Estudio técnico

“Es el núcleo del proyecto de inversión ya que los demás estudios dependen de él, y en cualquier fase del proyecto es importante saber si es técnicamente factible y como se pondrá en funcionamiento” (Ojeda, 2015, pág. 27)

El estudio técnico es fundamental en un proyecto de inversión, ya que es en este donde se estudia la localización y tamaño óptimo de las instalaciones; ilustrando así todos los factores influyentes para el mejor desarrollo del proyecto, entre los cuales se cuentan los agentes que influyen en la compra de maquinaria y equipo, así como la calendarización de la adquisición de estas, los diferentes métodos para determinar el tamaño de la planta, los métodos para su localización, y los métodos de distribución y, finalmente, también se examinan los procesos de producción que pueden operar para el proyecto de inversión. El estudio técnico definirá: dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir. (Sapag Chain, 2011)

Tamaño de un proyecto

El tamaño tiene incidencia en el nivel de inversiones y costos, por un lado, y por otro, el nivel de operación que determinara los ingresos. Por lo tanto, el tamaño

tiene incidencia en la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. Las conclusiones del estudio de mercado son la base para determinar el tamaño óptimo. (Sapag Chain, 2011)

Factores que determinan el tamaño de un proyecto

Según Huanca (2009) se trata de “el dimensionamiento del tamaño de un proyecto relaciona factores técnicos y económicos; éstos condicionan la capacidad de uso”. Así mismo manifiesta que los factores fundamentales son:

- ❖ La cuantía de la demanda
- ❖ La disponibilidad de los insumos
- ❖ La tecnología
- ❖ La capacidad financiera de los inversionistas
- ❖ La organización.

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” (Suárez, 2015, pág. 21).

Capacidad Utilizada

“Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado” (Clements & Gido, 2011, pág. 28).

Localización del proyecto

“Toda organización se encuentra ubicada en un lugar específico, lo cual le permitiría, que sus clientes puedan llegar a ella fácilmente a adquirir el producto que está ofreciendo” (Cortina, 2009).

“El estudio de la localización consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas localizaciones con el fin de buscar la localización en que la resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario” (Salazar, 2010)

En la localización de un proyecto se presentan dos etapas:

Macro-localización: “Consiste en determinar en qué lugar del país es más conveniente ubicar el proyecto: región, departamento, provincia” (Alegsa, 2010).

Micro-localización: Consiste en determinar en qué lugar de la ciudad seleccionada sería la ubicación óptima. (Salazar, 2010)

Factores de localización

Soro (2009) da a conocer que “para determinar la localización hay que tener en cuenta varios factores, los factores que influyen más comúnmente en la decisión de localización de un proyecto” estos son los siguientes:

- Medios y costos de transporte
- Disponibilidad y costo de mano de obra idónea.
- Cercanía a fuentes de abastecimiento.
- Cercanía del mercado.
- Existencia de infraestructura industrial adecuada.
- Disponibilidad de agua, energía y otros suministros.
- Comunicaciones.
- Disponibilidad y confiabilidad de sistemas de apoyo.
- Condiciones sociales y culturales.
- Condiciones políticas y legales.
- Seguridad pública.
- Factores ambientales, entre otros.

Ingeniería del proyecto

Ojeda (2015) sobre la ingeniería del proyecto manifiesta que:

Es el conjunto de escritos, dibujos y cálculos realizados para dar la idea de cómo ha de ser y cuanto ha de costar el estudio completo de un objetivo debidamente definido, adecuadamente planteado y determinado con exactitud. Debe incluir la descripción gráfica de todos los elementos necesarios para su cumplimiento, los requisitos y las condiciones que debe exigirse y su coste total previstos (pág. 28).

Sumado a lo anterior Córdova (2011) expone:

El estudio de ingeniería del proyecto debe llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado. Para ello deberán analizarse las distintas alternativas y condiciones en que puedan combinarse los factores productivos, identificando, a través de la cuantificación y proyección en el tiempo de los montos de inversiones de capital, los costos y los ingresos de operación asociados a cada una de las alternativas de producción

Proceso de producción

Todo proceso de producción es un sistema de acciones dinámicamente interrelacionadas orientado a la transformación de ciertos elementos entrados, denominados factores, en ciertos elementos salidos, denominados productos, con el objetivo primario de incrementar su valor, concepto éste referido a la capacidad para satisfacer necesidades. (Morales, 2010)

Diagrama de flujo

Un diagrama de flujo es una representación gráfica de la secuencia de pasos a realizar para producir un cierto resultado, que puede ser un producto material, una información, un servicio o una combinación de los tres. Para elaborar un diagrama de flujo se utilizan diversos símbolos según el tipo de información que contengan (proceso, decisión, base de datos, conexión, etc.). (Miranda, 2009)

Distribución de la planta

De la Fuente (2010) define a la distribución en planta como “la distribución física de los factores y elementos industriales que participan en el proceso productivo de la empresa, en la distribución del área, en la determinación de las figuras, formas relativas y ubicación de los distintos departamentos”

Estudio Administrativo

El estudio administrativo consiste en determinar los aspectos organizativos que deberá considerar una nueva empresa para su establecimiento tales como su planeación estratégica, su estructura organizacional, sus aspectos legales, fiscales, laborales, el establecimiento de las fuentes y métodos de reclutamiento, el proceso de selección y la inducción que se dará a los nuevos empleados necesarios para su habilitación. (Valencia, 2011)

Estudio Legal

El estudio legal es analizar algunos aspectos legales que son importantes al inicio de un proyecto debido a que las leyes laborales, tributarias, económicas, comerciales y demás deben cumplir a cabalidad; de lo contrario se incurrirá en costos elevados por multas y tributos excesivos que harán que el proyecto fracase. El estudio legal considera: Constitución de la Empresa, Aspectos Comerciales y Aspectos Tributarios. (Córdova M. , Formulación y Evaluación de Proyectos., 2011)

Estructura organizacional

Toda empresa cuenta, en forma explícita o implícita, con un cierto juego de jerarquías y atribuciones asignadas a los miembros componentes de la misma. En consecuencia, se puede establecer que la estructura organizativa de una empresa es el esquema de jerarquización y división de las funciones componentes de la misma (Suárez, 2015, pág. 26).

Niveles Jerárquicos

Según Gavilanes (2012), los niveles jerárquicos “son la dependencia y relación que tienen las personas dentro de la empresa”, además los clasifica de la siguiente manera:

Nivel Legislativo

Es el máximo nivel de la dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los socios de la empresa, mismos que tomarán el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas.

Nivel Ejecutivo

Este nivel está conformado por el Gerente-Administrador, mismo que será nombrado por el nivel Legislativo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa.

Nivel Asesor

Normalmente constituye este nivel el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen tratamiento especial como es el caso de situaciones de carácter legal y las relaciones judiciales de la empresa.

Nivel de Apoyo

Este nivel se lo conforma con todos los puestos que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa.

Nivel Operativo

Este nivel está conformado por todos los puestos que tienen relación directa con la planta de producción, es decir labores de producción y proceso productivo.

Organigramas

Un organigrama es una representación gráfica con elementos geométricos que representa la estructura orgánica de una empresa, en ella se visualizan las múltiples relaciones e interacciones que tienen los diferentes órganos que se presentan en la organización, esta herramienta administrativa tiene como fin mostrar las relaciones jerárquicas y competencias en una organización. (Valencia, 2011).

Organigrama estructural

Vázquez (2011) asevera que el organigrama estructural “representa el esquema básico de una organización, lo cual permite conocer de una manera objetiva sus partes integrantes, es decir sus unidades administrativas, las relaciones de dependencia que existe entre ellas, permitiendo apreciar la organización de la empresa como un todo”

Organigrama funcional

“Agrupar las actividades según las funciones de una empresa (departamentalización por funciones de la empresa o funcional) refleja lo que ésta hace típicamente” (Konnz, Weihrich, & Cannice, 2012, pág. 218)

Organigrama posicional

“Indican las necesidades en cuanto a puestos y el número de plazas existentes o necesarias para cada unidad consignada. También se incluyen los nombres de las personas que ocupan las plazas” (Zamudio, 2014).

Manual de Funciones

“Consiste en el diseño y descripción de los diferentes puestos de trabajo estableciendo normas de coordinación entre ellos” (Fernández D. , 2010).

Estudio Financiero

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo. Para realizar este estudio se utiliza información de varias fuentes, como por ejemplo estimaciones de ventas futuras, costos, inversiones a realizar, estudios de mercado, de demanda, costos laborales, costos de financiamiento, estructura impositiva, etc. (Ortíz, 2010)

Activo Fijo

Es aquel activo que no está destinado para ser comercializado, sino para ser utilizado, para explotado por la empresa. Por lo general, el activo fijo es aquel que hace parte de la propiedad, planta y quipo, como son los automóviles, maquinaria, edificios, muebles, terrenos, etc. (Déniz, 2010)

Activo Intangible

“Es aquél que tiene una naturaleza inmaterial (normalmente sin sustancia o esencia física) y posee capacidad para generar beneficios económicos futuros que pueden ser controlados por su empresa” (Horngren, 2010).

Activo Circulante

“Se llama de esta forma al efectivo o cualquier Activo que se espera, se va a realizar en efectivo, o Bien que se va a consumir dentro de un año o dentro de un ciclo de operación del negocio” (Déniz, 2010)

Inversión Total

“La inversión total del proyecto la obtenemos de la suma de la inversión fija, los activos intangibles y el capital de trabajo” (Coss, 2010)

Fuentes de Financiamiento

Es necesario que se recurra al crédito en la medida ideal, es decir que sea el estrictamente necesario, porque un exceso en el monto puede generar dinero ocioso, y si es escaso, no alcanzará para lograr el objetivo de rentabilidad del proyecto (Coss, 2010)

Fuentes Internas

“Son los que provienen de la emisión y venta de acciones, de aportes en efectivo o en especies de los costos y de las utilidades y reservas de la empresa” (Fernández J. L., 2011, pág. 37)

Fuentes Externas

“Son los que se obtienen de Bancos y Financieras Privadas a través de la misión de obligaciones propias de la empresa” (Fernández J. L., 2011, pág. 37).

Costo Unitario

“Costo de producir una unidad de producto o de servicio, basado generalmente en promedios y tomando en consideración los costos de todos los factores productivos que intervienen en la producción” (López Herrera, Orta Pérez, & Sierra García, 2015)

Costos Fijos

Los costos fijos son aquellos cuyo monto total no se modifica de acuerdo con la actividad de producción. En otras palabras, se puede decir que los costos fijos varían con el tiempo más que con la actividad; es decir, se presentarán durante un periodo de tiempo aun cuando no haya alguna actividad de producción. (López Herrera, Orta Pérez, & Sierra García, 2015)

Costos Variables

Los costos variables son aquellos que varían en función del nivel de producción o el nivel de ingresos. (López Herrera, Orta Pérez, & Sierra García, 2015)

Costo Total

Los costos totales son la suma de los costos fijos y variables para cualquier determinado de producción. (López Herrera, Orta Pérez, & Sierra García, 2015)

Costo unitario

“Estos costos resultan de dividir costos totales para el número de unidades producidas” (Fernández, Fernández, & Rodríguez, 2010)

Margen de utilidad

Según Amat & Soldevila (2011) “Se le llama margen de utilidad porque muestra como contribuyen los precios de los productos o servicios a cubrir los costos fijos y a generar utilidad, que es la finalidad que persigue toda empresa”.

Fórmula:

$$\text{Contribución Marginal} = \text{Precio de Venta} - \text{Costo Variable Unitario}$$

Definición de ingresos

Eslava (2012), hace conocer que:

Son todos aquellos recursos que se obtienen de la venta o como resultado de producir un bien o servicio, también puede ser clasificado como fijos cuando no depende del número de ventas o de bienes o servicio producidos y variables cuando dependen directamente proporcional de la venta o producción de los bienes o servicios

Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado de resultados proforma refleja el método contable de acumulaciones, bajo el cual los ingresos, los costos y los gastos se comparan dentro de periodos de tiempo idénticos. Describe en forma compendiada las transacciones que darán como resultado una pérdida o una ganancia para los propietarios de una empresa (Soriano, 2011, pág. 41).

Punto de Equilibrio

“Es el punto donde se produce la igualdad entre gastos e ingresos. También se conoce como Punto Muerto o Crítico. Otros lo llaman Umbral de Rentabilidad, porque a partir de ese punto se empieza a ganar dinero” (Manane , 2010)

“Para la determinación del punto de equilibrio debemos en primer lugar conocer los costos fijos y variables de la empresa” (López Herrera, Orta Pérez, & Sierra García, 2015)

Fórmulas para calcular el punto de equilibrio

$$PE = \frac{CF}{1 - (CV/Ventas)}$$

- a. Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{CFT}{Ventas Totales - Costo Variable Total} * 100$$

- b. En función de las ventas

$$PE = \frac{CFT}{1 - \left(\frac{CVT}{Ventas Totales}\right)}$$

Evaluación Financiera

La evaluación financiera de proyectos es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto. Antes que mostrar el resultado contable de una operación en la cual puede haber una utilidad o una pérdida, tiene como propósito principal determinar la conveniencia de emprender o no un proyecto de inversión (Eslava, Las claves del análisis económico-financiero de la empresa, 2012)

Flujo de caja

“Recursos generados por la empresa (flujos de entradas y salidas de caja) en un determinado período de tiempo, pudiendo estar asociados a un proyecto de inversión concreto o a la empresa en su conjunto” (López, 2016).

Valor Actual Neto (VAN)

“Es aquel que permite determinar la valoración de una inversión en función de la diferencia entre el valor actualizado de todos los cobros derivados de la inversión y todos los pagos actualizados originados por la misma a lo largo del plazo de la inversión realizada” (Sapag, 2010).

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

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

V_t representa los flujos de caja en cada periodo t .

I_0 es el valor del desembolso inicial de la inversión.

n es el número de períodos considerado.

K es el tipo de interés.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

“La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión es el promedio geométrico de los rendimientos futuros

esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para reinvertir" (Cortina, 2009).

La TIR puede utilizarse como indicador de la rentabilidad de un proyecto: a mayor TIR, mayor rentabilidad así, se utiliza como uno de los criterios para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto, expresada por la TIR, supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza. (Eslava, Las claves del análisis económico-financiero de la empresa, 2012)

La Tasa Interna de Retorno TIR es el tipo de descuento que hace igual a cero el VAN:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} - I = 0$$

Dónde:

$F\{t\}$ es el Flujo de Caja en el periodo t .

n es el número de periodos.

I es el valor de la inversión inicial.

Relación Beneficio-Costo

Contrario al VAN, cuyos resultados están expresados en términos absolutos, este indicador financiero expresa la rentabilidad en términos relativos. La interpretación de tales resultados es en centavos por cada "euro" ó "dólar" que se ha invertido (Coss, 2010).

Para el cómputo de la Relación Beneficio Costo (B/c) también se requiere de la existencia de una tasa de descuento para su cálculo.

Situaciones que se pueden presentar en la Relación Beneficio Costo:

- Relación B/C >0

Índice que por cada dólar de costos se obtiene más de un dólar de beneficio. En consecuencia, si el índice es positivo o cero, el proyecto debe aceptarse.

- Relación B/C < 0

Índice que por cada dólar de costos se obtiene menos de un dólar de beneficio.

Entonces, si el índice es negativo, el proyecto debe rechazarse.

El valor de la Relación Beneficio/Costo cambiará según la tasa de actualización seleccionada, o sea, que cuanto más elevada sea dicha tasa, menor será la relación en el índice resultante. (Eslava, Las claves del análisis económico-financiero de la empresa, 2012)

La fórmula que se utiliza es:

$$\text{Relación Beneficio Costo} = \frac{\text{Sumatoria del Ingreso actualizado}}{\text{Sumatoria del Costo actualizado}}$$

Periodo de Recuperación de Capital

Según Santos (2010) el período de recuperación consiste en “determinar el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial a partir de los flujos netos de caja generados, resultado que se compara con el horizonte temporal de vida útil del proyecto”.

Se utiliza la siguiente Fórmula:

$$PRI = a + (b - c)/d$$

Dónde:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b = Inversión Inicial

c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión. (Eslava, Las claves del análisis económico-financiero de la empresa, 2012)

Análisis de Sensibilidad

El aumento de costos y la disminución de ingresos provocan desajustes en la factibilidad de implementación de un negocio a futuro, el análisis de sensibilidad permite establecer la magnitud de los riesgos cuando estos se presentan (Villareal, 2009).

Según el análisis de sensibilidad, la aceptación de un proyecto se basa en:

- Coeficiente de sensibilidad >a 1 el proyecto es sensible.
- Coeficiente de sensibilidad = a 1 el proyecto no sufre ningún efecto.
- Coeficiente de sensibilidad <a 1 el proyecto no es sensible.

$$\text{Diferencia de TIR} = \text{TIR del proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

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

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

Evaluación Social y Ambiental

Evaluación Social

“Es el impacto que tendrá en las personas si un proyecto se ejecuta, es decir saber qué beneficios tendrá el proyecto en la sociedad, sea este tangible o intangible” (García Santillán, 2010).

Impactos Directos:

- **Primarios.-** Aquellos impactos sobre el mercado del bien producido por el proyecto o sobre el mercado de insumos.
- **Secundarios.-** Distorsiones generadas en otros mercados y que afectan la valoración de costos y beneficios en el mercado del bien producido por el proyecto.

Impactos Indirectos:

Aquellos impactos generados por el proyecto sobre mercados sustitutos o complementarios.

- Externalidades del proyecto.
- Intangibles

“La tarea del evaluador social es determinar los impactos positivos (beneficios) y los negativos (costos) con un enfoque a la comunidad y su valoración, para calcular el valor presente de los beneficios sociales netos utilizando una tasa social de costo de capital” (Córdova M. , 2011).

Estudio de impacto ambiental

Se llama evaluación de impacto ambiental o estudio de impacto ambiental (EIA) al análisis, previo a su ejecución, de las posibles consecuencias de un proyecto sobre la salud ambiental, la integridad de los ecosistemas y la calidad de los servicios ambientales que estos están en condiciones de proporcionar (Briceño, 2010).

e. Materiales y Métodos

Materiales

Los materiales utilizados para la elaboración de la tesis en referencia fueron:

- **Útiles de Oficina:**

Papel Bond Tamaño A4

Esferos

Lápices

Carpetas de Plástico

Resaltador

Cuaderno

- **Recurso Tecnológico:**

Computadora Portátil

Impresora

Copiadora-Escáner

- **Material Bibliográfico:**

Libros

Revistas

Internet

Métodos

El método hace referencia a ese conjunto de estrategias y herramientas que se utilizan para llegar a un objetivo preciso. Para la ejecución del presente trabajo investigativo se utilizaron varios métodos que se detallan a continuación:

Método Inductivo: Consiste en establecer enunciados universales a partir de la experiencia, lógicamente a través del conocimiento científico desde la observación de los fenómenos o hechos de la realidad a la ley universal que los contiene. En la investigación se utilizó para demostrar la factibilidad de la implementación de la nueva empresa; a través de las diferentes fases de este estudio, como el técnico, administrativo, financiero y económico.

Método Deductivo: Es aquel que infiere los hechos observados basándose en la ley general, hasta llegar a deducciones particulares, a través de la deducción se plantearon las conclusiones y recomendaciones del presente trabajo investigativo.

Método Estadístico: Permite representar gráfica y numéricamente las consecuencias derivadas de una indagación. En el presente trabajo se lo empleó durante la tabulación de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a las familias que habitan en el cantón Morona, provincia de Morona Santiago.

Técnicas

Encuesta.- La encuesta es la técnica destinada obtener datos de varias personas cuyas opiniones interesan al investigador. Para la siguiente investigación se tomó una muestra representativa de las familias del cantón Morona, provincia de Morona Santiago.

La encuesta se ejecutó utilizando un cuestionario con preguntas relacionadas al producto objeto de estudio.

Procedimiento para el caculo de muestra

Para la determinación de la muestra a las familias del Cantón Morona de la Provincia de Morona Santiago, se consideró el censo del año 2010; cuya población fue de 41.155 habitantes, y la tasa de crecimiento de la misma de 3,01%, con estos datos se procedió a realizar la proyección de dicha población para el año 2016 y además se dividió para 4 (promedio del número de personas por familia).

Se determina un número de familias de 12.292 para el año 2016, que habitan en el Cantón Morona, a las que se les calculó una muestra representativa de 387; para ello se procedió de la siguiente manera:

Muestra:

Una vez elegida la población de estudio aplicamos la fórmula estadística para saber cuántas encuestas debería aplicarse en dicha población.

Formula de Proyección

$$Pf = Pi (1 + i)n$$

Pf = Población Futura

Pi = Población Inicial

I = Tasa de Crecimiento (3.01)

1 = Valor Nominal

n = Número de Años

Número de personas por familia = 4

Aplicación de la fórmula

$$Pf = 41.155 (1 + 0,03)^1$$

$$Pf = 41.155 (1,03)^1$$

$$Pf = 41.155 / 4 \text{ integrantes por familia} = 10.289 \text{ familias.}$$

Cuadro 1. Proyección de la población (2010-2016)

AÑOS	POBLACIÓN	Nº FAMILIAS
2010	41.155	10.289
2011	42.394	10.598
2012	43.670	10.917
2013	44.984	11.246
2014	46.338	11.585
2015	47.733	11.933
2016	49.170	12.292

Fuente: Anexo 2.

Elaborado por: la Autora

Dónde:

N= Población

e= Error maestral 5%

n = Muestra

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

$$n = \frac{12.292}{1 + 12.292(0,0025)}$$

$$n = \frac{12.292}{31,7325}$$

$$n = 387$$

Además para el estudio de la oferta se realizará una encuesta a los 84 oferentes (comerciantes) más importantes de aceite en el cantón Morona Provincia de Morona Santiago.

f. Resultados

Encuesta realizada a demandantes

1. ¿Cuál es el ingreso mensual que percibe su familia?

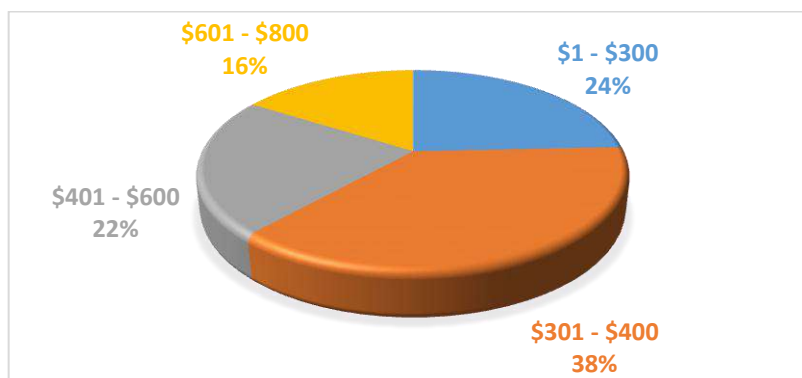
Cuadro 2. Ingresos Mensuales

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$1 - \$300	93	24%
\$301 - \$400	146	38%
\$401 - \$600	86	22%
\$601 - \$800	62	16%
TOTAL	387	100%

Fuente: Encuesta a los demandantes

Elaborado por: la Autora

Gráfico 1. Ingresos Mensuales



Fuente: Cuadro 2.

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación.

Los encuestados que son 387 ante esta primera pregunta contestaron lo siguiente: el 38% de \$301 a \$400; el 24% percibe un sueldo de entre \$1 a \$300 dólares mensuales; el 22% de \$401 a \$600 y el 16% de \$601 a \$800, esto demuestra que hay un alto porcentaje (38%) de la población que sus ingresos son de 301 dólares a \$400 dólares mensuales.

2. ¿En su familia utilizan algún tipo de aceite de consumo personal?

Cuadro 3. Adquisición de aceite de consumo personal

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí.	378	98%
No.	9	2%
TOTAL	387	100%

Fuente: Encuesta a los demandantes

Elaborado por: la Autora

Gráfico 2. Adquisición de aceite de consumo personal



Fuente: Cuadro 3

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación.

Los encuestados que son 387 ante esta pregunta contestaron lo siguiente: el 98% de las familias encuestadas consumen aceite comestible en sus hogares, y tan solo el 2% no lo hacen; por lo que el proyecto tendría gran acogida en los hogares por cuanto todos consumen aceite para la preparación de sus alimentos demostrando ser un producto de consumo masivo y que tiene gran acogida en la población.

3. Del siguiente listado de aceites, ¿Cuál es el que más utiliza?

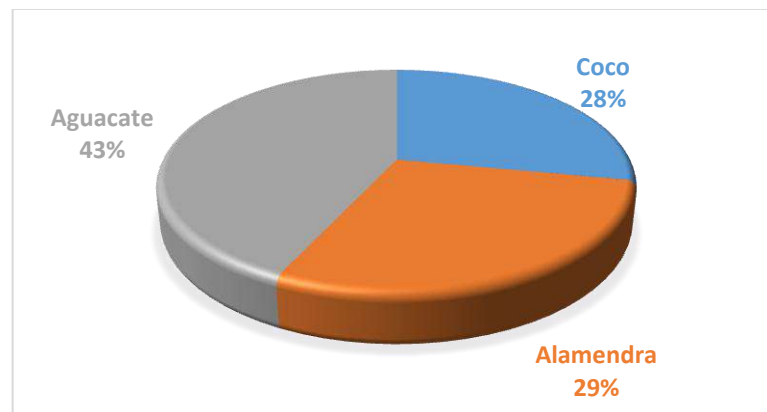
Cuadro 4. Tipo de aceite que se utiliza con mayor frecuencia

Alternativas	F	%
Coco	107	28%
Almendras	108	29%
Aguacate	163	43%
Total	378	100%

Fuente: Encuesta a los demandantes

Elaborado por: la Autora

Gráfico 3. Tipo de aceite que se utiliza con mayor frecuencia



Fuente: Cuadro 4

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación.

De los encuestados que utilizan aceite de uso personal que son 378 familias, el 43% de ellos manifestaron consumir el aceite de aguacate, el 29% manifiesta que prefiere el aceite de almendra y el 28% el aceite de coco. Pese a ser un producto nuevo en el mercado el porcentaje con respuesta positiva, demuestra las probabilidades de que la puesta en marcha del presente proyecto será viable de ejecutarse.

4. ¿En qué presentación en ml., consume su familia el aceite de aguacate?

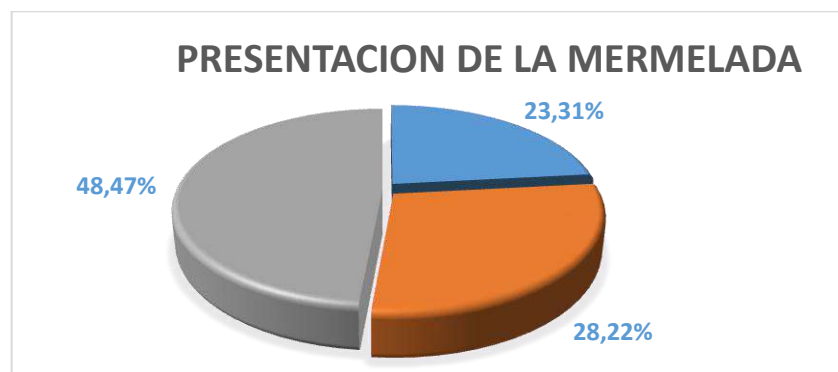
Cuadro 5. Preferencia en la presentación de del aceite de aguacate en ml.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
250 ml.	38	23,31%
500 ml.	46	28,22%
750 ml.	79	48,47%
TOTAL	163	100%

Fuente: Encuesta a los demandantes

Elaborado por: la Autora

Gráfico 4. Preferencia en la presentación de del aceite de aguacate en ml.



Fuente: Cuadro 5

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación.

De los encuestados que son 163 familias que han utilizado y/o conocen del aceite de aguacate, el 48,47% es muy buena su medida de 750ml utilizan, el 28,22% utilizan para el cabello que es muy bueno y el 23,31% mencionan que la medida es muy poco que se supieron manifestar.

5. ¿Cuántas unidades de aceite de 750ml., utiliza mensualmente?

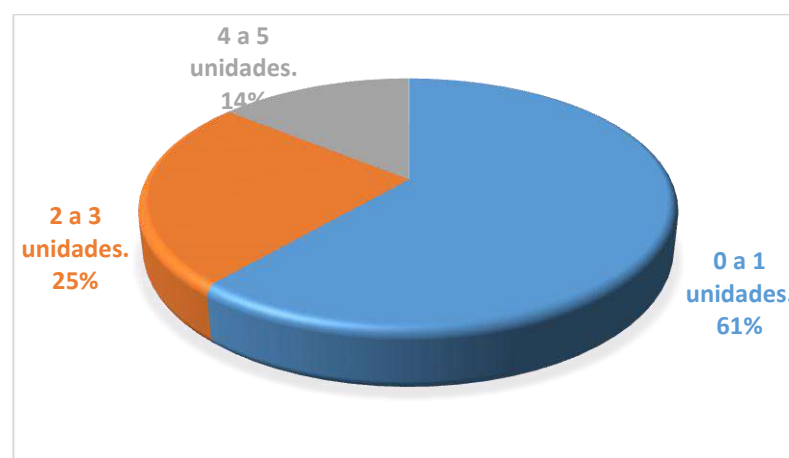
Cuadro 6. Cantidad de consumo de aceite mensual

Alternativas	F	%
0 a 1 unidades.	100	61%
2 a 3 unidades.	40	25%
4 a 5 unidades.	23	14%
Total	163	100%

Fuente: Encuesta a los demandantes

Elaborado por: la Autora

Gráfico 5. Cantidad de consumo de aceite mensual



Fuente: Cuadro 6

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación.

Respecto a la cantidad de unidades de 750ml., que utilizan las familias mensualmente, el 61% utilizan entre 0 y 1 unidades, el 25% utilizan de 2 a 3 unidades, el 14% de 4 a 5 unidades. Esta información es fundamental para el cálculo del consumo per cápita, que se desarrollará más adelante.

6. ¿Cuál es la presentación del aceite de 750ml., de su preferencia?

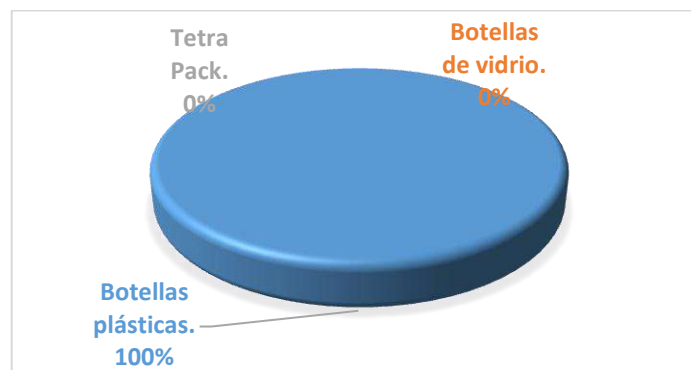
Cuadro 7. Preferencia en la presentación de del aceite de 750ml.

Alternativas	F	%
Botellas plásticas.	163	100%
Botellas de vidrio.	0	0%
Tetra Pack.	0	0%
Total	163	100%

Fuente: Encuesta a los demandantes

Elaborado por: la Autora

Gráfico 6. Preferencia en la presentación de del aceite de 750ml.



Fuente: Cuadro 7

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación.

En lo referente a la presentación de preferencia del aceite de 750 ml., el 100%, prefieren en botellas plásticas, con este dato se puede confirmar una modalidad de producción del aceite, que será de plástico.

7. ¿Cuál de las siguientes alternativas al momento de adquirir aceite de aguacate de 750ml, es de su preferencia?

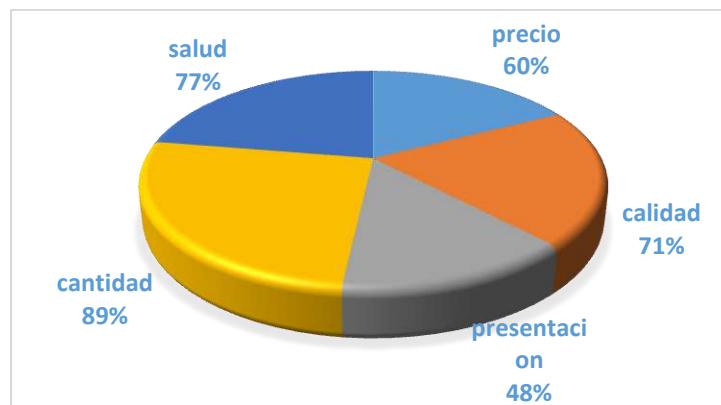
Cuadro 8. Alternativas de decisión de compra

Alternativas	F	%
Precio.	98	60%
Calidad.	115	71%
Presentación.	78	48%
Cantidad.	145	89%
Salud.	126	77%

Fuente: Encuesta a los demandantes

Elaborado por: la Autora

Gráfico 7 . Alternativas de decisión de compra



Fuente: Cuadro 8

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación

De acuerdo a la información del gráfico anterior, respecto de las variables de decisión de compra, el 89% considera la cantidad, el 77% la salud, el 71% la calidad, el 60% el precio, el 48% la presentación. Esta información es importante para adaptar el producto de la nueva empresa a las necesidades del mercado.

8. ¿Cuál es el precio que paga por el aceite de aguacate de 750 ml.?

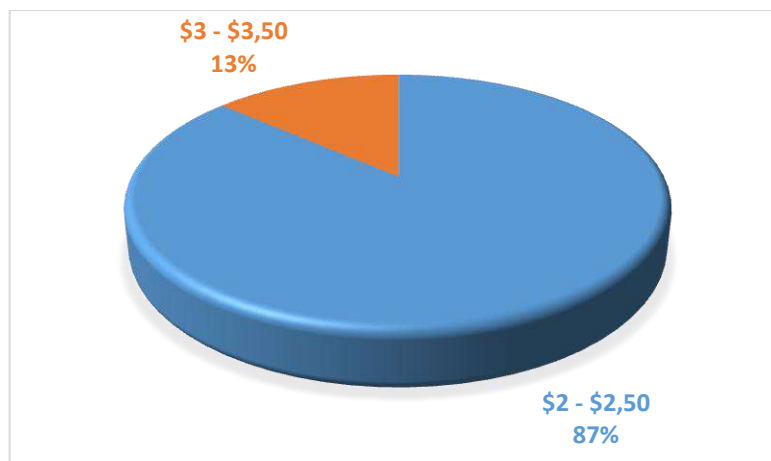
Cuadro 9. Precio que se paga por el aceite de aguacate de 750 ml.

Alternativas	F	%
\$2 - \$2,50	141	87%
\$3 - \$3,50	22	13%
Total	163	100,00%

Fuente: Encuesta a los demandantes

Elaborado por: la Autora

Gráfico 8. Precio que se paga por el aceite de aguacate de 750 ml.



Fuente: Cuadro 9

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación.

Con relación al precio que se paga por el aceite de 750 ml., el 87% menciona que paga entre USD 2,00 y 2,50; y el 13% paga entre USD 3,00 y 3,50. Pues al centrarse el mayor porcentaje en el precio, entre USD 2,00 y 2,50; se considerará a la hora de fijar el precio del producto de la nueva empresa, claro, considerando además el costo unitario de producción.

9. ¿En qué lugar realiza la adquisición del aceite de aguacate de 750 ml.?

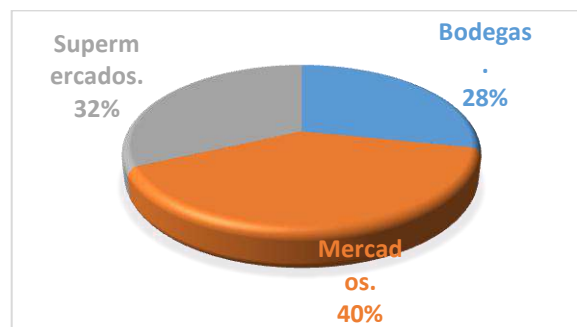
Cuadro 10. Lugar dónde se adquiere el aceite de aguacate de 750 ml.

Alternativas	F	%
Bodegas.	46	28%
Mercados.	65	40%
Supermercados.	52	32%
Total	163	100%

Fuente: Encuesta a los demandantes

Elaborado por: la Autora

Gráfico 9. Lugar dónde se adquiere el aceite de aguacate de 750 ml.



Fuente: Cuadro 10

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación.

Respecto del lugar en dónde se adquiere el aceite de 750 ml., el 40% menciona que lo compra en mercados, el 32% en supermercados y el 28% en bodegas, esta información servirá para definir el canal de distribución de la nueva empresa.

10. ¿Recibe algún tipo de promoción por la compra del aceite de aguacate de 750ml.?

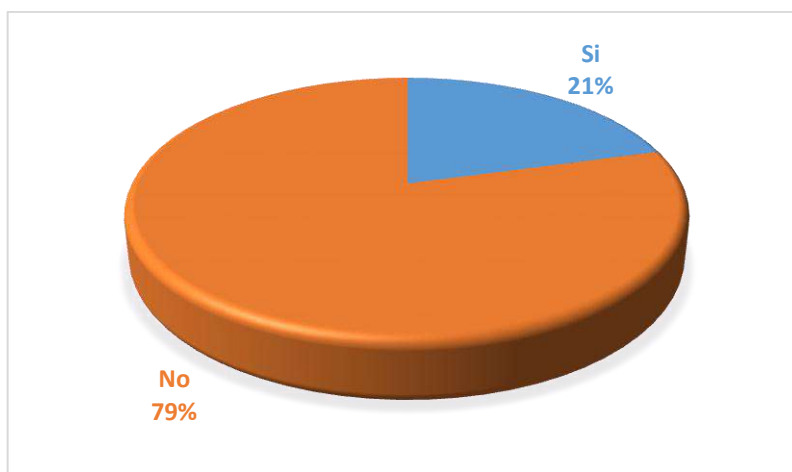
Cuadro 11. Recibe algún tipo de promoción

Alternativas	F	%
Si	34	21%
No	130	79%
Total	163	100%

Fuente: Encuesta a los demandantes

Elaborado por: la Autora

Gráfico 10. Recibe algún tipo de promoción



Fuente: Cuadro 11

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación

En lo que respecta a las promociones del producto aceite de aguacate, el 79% menciona que no recibe tales promociones, mientras que el 21% si lo hace.

11. ¿Por qué medio de comunicación conoce la existencia del aceite de aguacate?

Cuadro 12. Medios de comunicación de preferencia

Alternativas	F	%
Televisión.	26	16%
Radio.	53	33%
Prensa escrita.	11	7%
Redes sociales	73	45%
Total	163	100%

Fuente: Encuesta a los demandantes

Elaborado por: la Autora

Gráfico 11. Medios de comunicación de preferencia



Fuente: Cuadro 12

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación.

Con relación al medio de comunicación de preferencia, el 45% prefiere las redes sociales, el 33% la radio, el 16% la televisión y el 7% la prensa escrita; la radio es un medio económico para publicar por lo que sería factible utilizar este medio para la nueva empresa, las redes sociales es un medio significativamente económico que se lo podría explotar para el fin mencionado, conociendo además que es el medio de mayor preferencia.

12. ¿Si se creará una empresa productora y comercializadora de aceite de aguacate en el cantón Morona, compraría este producto?

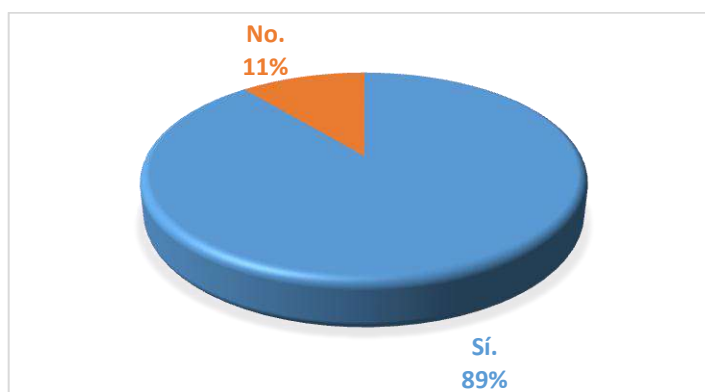
Cuadro 13. Aceptación de la nueva empresa

Alternativas	F	%
Sí.	145	89%
No.	18	11%
Total	163	100%

Fuente: Encuesta a los demandantes

Elaborado por: la Autora

Gráfico 12. Aceptación de la nueva empresa



Fuente: Cuadro 13

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación.

Lo relacionado a la aceptación que tendrá la nueva empresa productora y comercializadora de aceite de aguacate en el cantón Morona, provincia de Morona Santiago, el 89% mencionan que si aceptarían el nuevo producto mientras que el 11% afirman que no. Al tener un alto porcentaje de aceptación permite confirmar que el producto objeto de estudio, si tendrá acogida en el mercado de referencia.

Encuesta realizada a oferentes

1. ¿En su local comercializa aceites de consumo personal?

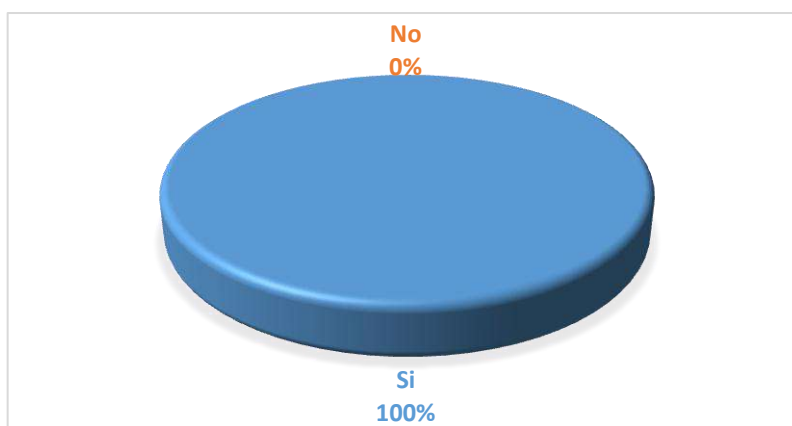
Cuadro 14. Comercialización de aceite de consumo personal

Alternativas	F	%
Si	84	100%
No	0	0%
Total	84	100%

Fuente: Encuesta a oferentes

Elaborado por: La Autora

Gráfico 13. Comercialización de aceite de consumo personal



Fuente: Cuadro 14

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación.

Según el gráfico anterior, el 100% de los oferentes comercializa aceite de consumo personal, demostrando que este es un producto de primera necesidad.

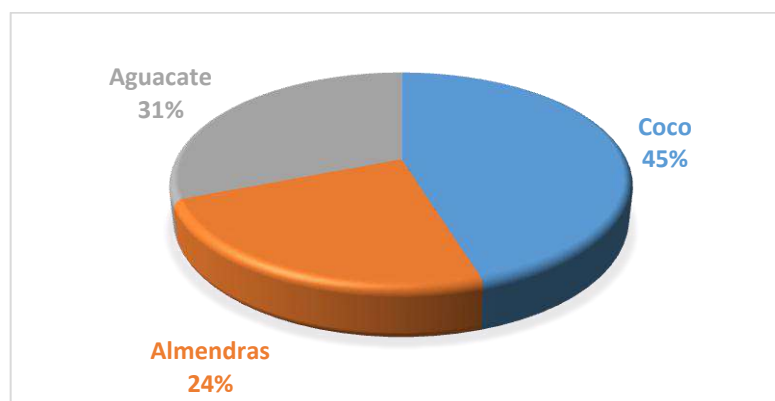
2. ¿De los siguientes aceites de uso personal, cuál es el que comercializa con mayor frecuencia?

Cuadro 15. Tipo de aceite que se comercializa

Alternativa	F	%
Coco	38	45%
Almendras	20	24%
Aguacate	26	31%
Total	84	100%

Fuente: Encuesta a oferentes
Elaborado por: La Autora

Gráfico 14. Tipo de aceite que se comercializa



Fuente: Cuadro 15
Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación.

Según la pregunta 2, respecto al tipo de aceite de consumo personal de preferencia, el 45% menciona que prefiere el de coco, el 31% el de aguacate y el 24% el de almendras. Este es un indicador que al haber oferta también hay demanda del producto lo que significa un mercado atractivo para el presente proyecto. A partir de la siguiente pregunta nos enfocaremos únicamente a los oferentes que venden aceite de aguacate.

3. ¿De las siguientes presentaciones cuál es el que más comercializa en aceite de aguacate?

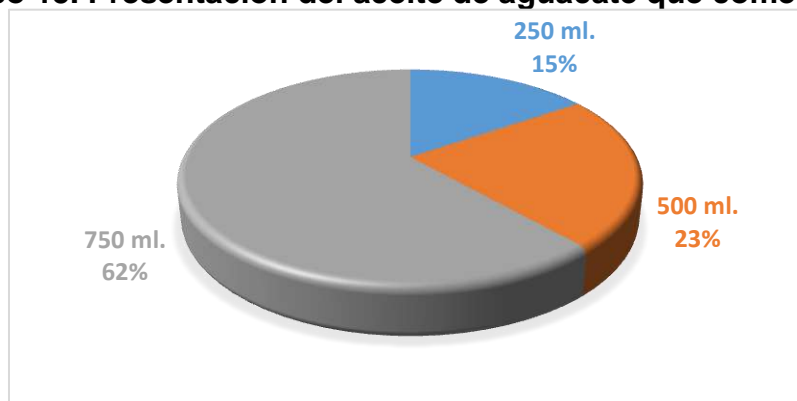
Cuadro 16. Presentación del aceite de aguacate que comercializa

Alternativas	F	%
250 ml.	4	15%
500 ml.	6	23%
750 ml.	16	62%
Total	26	100%

Fuente: Encuesta a oferentes

Elaborado por: La Autora

Gráfico 15. Presentación del aceite de aguacate que comercializa



Fuente: Cuadro 16

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación.

Según las empresas oferentes de aceite de aguacate en el cantón Morona, el 62% menciona que la presentación del producto que vende con más frecuencia es la de 750 ml., el 23% de 500 ml., y el 15% de 200 ml. .A partir de la siguiente pregunta se considera únicamente a los oferentes del aceite de aguacate que venden con mayor frecuencia la presentación de 750 ml.

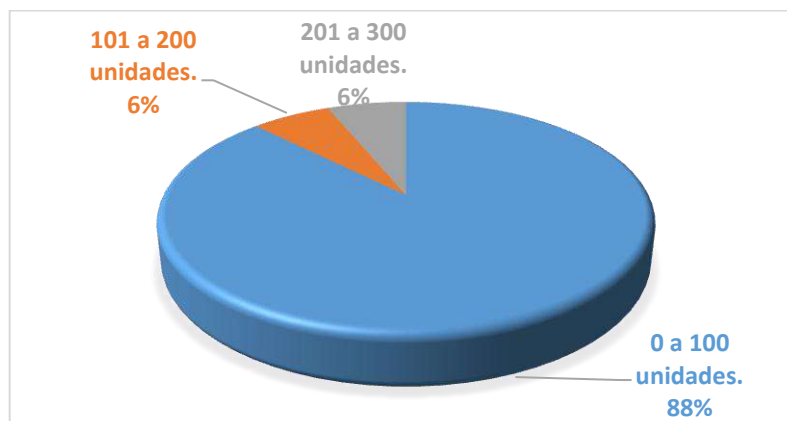
4. ¿Qué cantidad de aceite de aguacate de 750 ml., vende semanalmente?

Cuadro 17. Cantidad de venta semanal

Alternativa	F	%
0 a 100 unidades.	14	88%
101 a 200 unidades.	1	6%
201 a 300 unidades.	1	6%
Total	16	100%

Fuente: Encuesta a oferentes
Elaborado por: La Autora

Gráfico 16. Cantidad de venta mensual



Fuente: Cuadro 17
Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación.

Según el gráfico anterior, el 88% de los distribuidores encuestados manifestaron que la cantidad de aceite de aguacate en unidades de 750 ml., vendida es de 0 a 100 unidades, el 6% de 101 a 200 unidades y el 6% de 201 a 300 unidades.

5. ¿A qué precio de venta por cada unidad de aceite comestible de 750 ml?

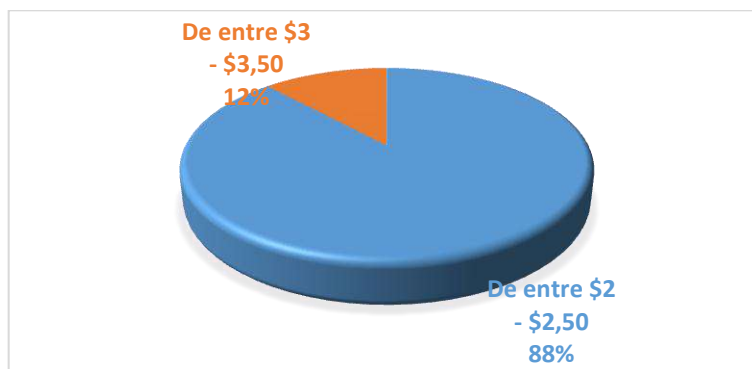
Cuadro 18. Precio de venta

Alternativa	F	%
De entre \$2 - \$2,50	14	88%
De entre \$3 - \$3,50	2	12%
Total	16	100%

Fuente: Encuesta a oferentes

Elaborado por: La Autora

Gráfico 17. Precio de venta



Fuente: Cuadro 17

Elaboración: Gabriela Zavala

Análisis e Interpretación.

Según el gráfico anterior, el 88% de los distribuidores encuestados manifestaron que el precio de venta de aceite comestible por lo general y en todas las marcas es de entre \$2 a \$2,50 dólares por unidad de 750 ml, mientras que el 12% de ellos manifestaron que el precio varía de entre \$3 a \$3,50 dólares por la misma presentación.

6. ¿Realiza algún tipo de promoción de su negocio?

Cuadro 19. Realización de promociones

Alternativa	F	%
Si	2	12%
No	14	88%
Total	16	100%

Fuente: Encuesta a oferentes

Elaborado por: La Autora

Gráfico 18. Realización de promociones



Fuente: Cuadro 19

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación.

Según la pregunta 6, el 88% de los oferentes, no realizan ningún tipo de promoción, mientras que el 12% si lo realiza, en la siguiente pregunta se establece el tipo de promoción que realizan los mismos.

7. ¿Qué tipo de promoción realiza en la empresa?

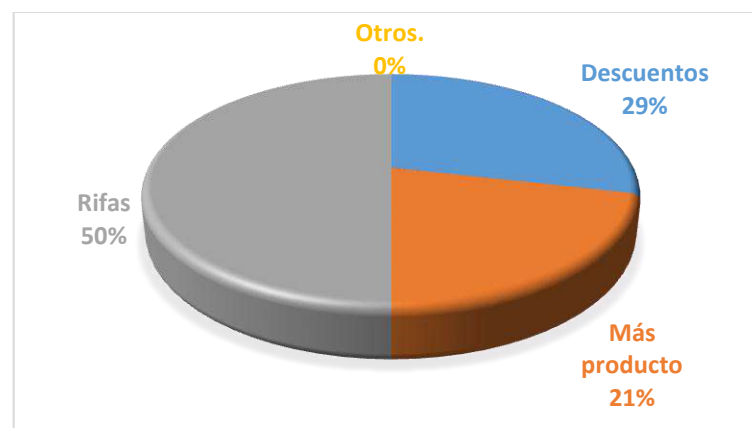
Cuadro 20. Tipo de promoción

Alternativa	F	%
Descuentos	4	29%
Más producto	3	21%
Rifas	7	50%
Otros.	0	0%
TOTAL	14	100%

Fuente: Encuesta a oferentes

Elaborado por: La Autora

Gráfico 19. Tipo de promoción



Fuente: Cuadro 20

Elaborado por: La Autora

Análisis e interpretación

De acuerdo a la información del gráfico anterior, el 50% de las empresas oferentes que realizan promociones, realizan rifas, 29% otorga descuentos y el 21% entrega más producto.

8. ¿Realiza algún tipo de publicidad de su negocio?

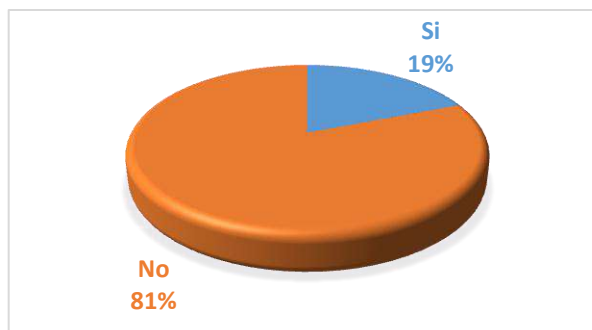
Cuadro 21. Realización de publicidad

Alternativa	F	%
Si	3	19%
No	13	81%
Total	16	100%

Fuente: Encuesta a oferentes

Elaborado por: La Autora

Gráfico 20. Realización de publicidad



Fuente: Cuadro 21

Elaborado por: La Autora

Análisis e interpretación

De acuerdo a la información del gráfico anterior, el 81% de las empresas oferentes no realizan publicidad, mientras que el 19% si lo hace.

9. ¿Por cuál medio de comunicación realiza la publicidad?

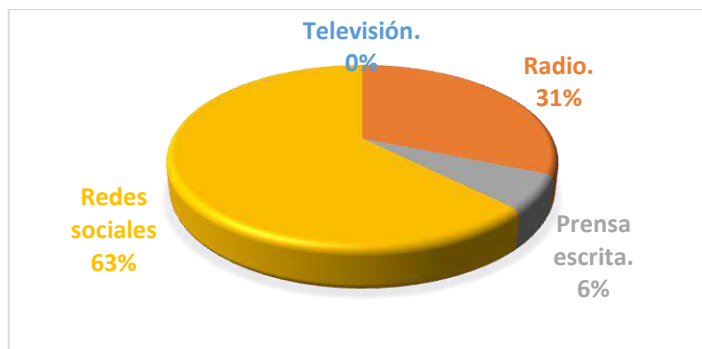
Cuadro 22. Medio de publicidad

Alternativas	F	%
Televisión.	0	0%
Radio.	4	31%
Prensa escrita.	1	6%
Redes sociales	8	63%
Total	16	100%

Fuente: Encuesta a oferentes

Elaborado por: La Autora

Gráfico 21. Medio de publicidad



Fuente: Cuadro 22

Elaborado por: La Autora

Análisis e interpretación

De acuerdo a la información del gráfico anterior, el 63% de las empresas oferentes que realizan publicidad, lo hacen por medio de las redes sociales, 31% por la radio y el 6% publica sus servicios por la prensa escrita.

g. Discusión

Estudio de Mercado.

El presente estudio de mercado tiene la finalidad realizar un análisis de los consumidores y del producto que se va a producir como es el aceite de aguacate, como también de las condiciones de mercado, se pretende además brindar un sustento sobre la venta del mismo para lo cual es necesario realizar una análisis de la demanda, oferta, precios, comercialización, aspectos que determinaran la dinámica comercial que mantiene el producto que se oferta en el mercado.

Estudio de la demanda.

La demanda de toda empresa está conformada por la cantidad del producto requerido por los consumidores en un momento determinado, para establecer la demanda, se acudió a información estadística que de acuerdo a la muestra seleccionada se aplicó encuestas para luego ordenar la información y realizar el respectivo análisis e interpretación de los resultados.

La demanda potencial, real y efectiva es la que vamos a obtener, la que se calcula multiplicando el número de familias por el consumo familiar del aceite de aguacate, a través de la cual se determina el consumo total anual del producto.

Proyección de la población

Partiendo de la población proyectada al año 2016 (ver cuadro 1) se procede a proyectar la misma a los 10 años de vida útil del proyecto tomado misma tasa de crecimiento poblacional (3,01%).

Cuadro 23. Proyección de la población del cantón Morona 2016- 2026

No.	AÑO	POBLACIÓN	Nº FAMILIAS
0	2016	49.170	12.293
1	2017	50.650	12.663
2	2018	52.175	13.044
3	2019	53.745	13.436
4	2020	55.363	13.841
5	2021	57.029	14.257
6	2022	58.746	14.687
7	2023	60.514	15.129
8	2024	62.335	15.584
9	2025	64.211	16.053
10	2026	66.144	16.536

Fuente: Cuadro 1.
Elaboración: la autora

Determinación de la demanda.

Demanda potencial.

Para determinar la demanda potencial, se toma como fuente de información a la encuesta aplicada a las familias consumidoras, con la cual segmentamos el mercado en un primer orden, ya que se determina que de las 387 familias encuestadas el 98% consumen aceite comestible en general, es así que con este dato se obtiene la demanda potencial.

Cuadro 24. Determinación y proyección de la demanda potencial

No.	AÑO	Nº DE FAMILIAS	DEMANDA POTENCIAL, FAMILIAS QUE CONSUMEN ACEITE DE AGUACATE (98% de las familias)
0	2016	12.293	12.047
1	2017	12.663	12.410
2	2018	13.044	12.783
3	2019	13.436	13.167
4	2020	13.841	13.564
5	2021	14.257	13.972
6	2022	14.687	14.393
7	2023	15.129	14.826
8	2024	15.584	15.272
9	2025	16.053	15.732
10	2026	16.536	16.205

Fuente: Cuadro 3 y 23
Elaborado por: La Autora

Consumo per cápita

Para determinar el consumo per cápita se tomó los datos del cuadro 6, en donde se expone la cantidad de consumo de unidades de 750 ml., por ser este el tamaño de aceite de mayor preferencia en el mercado, de esta manera se procede como consta en el siguiente cuadro.

Cuadro 25, Consumo per cápita

DESCRIPCIÓN	F	POMEDIO MENSUAL	TOTAL PROMEDIO
0 a 1 unidades.	100,00	1	100,00
2 a 3 unidades.	40,00	2,5	100,00
4 a 5 unidades.	23,00	4,5	103,50
TOTAL	163,00		304,00
CONSUMO PROMEDIO POR FAMILIA (MENSUAL)			2,00
CONSUMO PROMEDIO POR FAMILIA (ANUAL)			24,00

Fuente: Cuadro 6
Elaborado por: La Autora

Media aritmética

$$\text{Promedio} \quad \frac{\sum FX_m}{n}$$

$$\underline{\text{Promedio}} \quad \frac{304}{163}$$

$$\text{Promedio} \quad 1,87 \approx 2 \text{ unidades mensuales}$$

Consumo promedio mensual aceite de aguacate = 2 unidades.

Consumo promedio anual aceite de aguacate = 2 unidades x 12 meses =
24 unidades por año.

Demanda real.

Siguiendo con la segmentación de mercado para establecer la demanda real, se toma el número de familias que han utilizado y/o conocen el aceite de aguacate que corresponde al 43%, así se expone lo mencionado en el siguiente cuadro.

Cuadro 26. Determinación y proyección de la demanda real

AÑO	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA REAL FAMILIAS QUE COMPRAN ACEITE AGUACATE (43% de la demanda potencial)	CONSUMO PER CÁPITA	DEMANDA REAL EN UNIDADES DE 750 ml.
2016	12.047	5.180	24	124.320
2017	12.410	5.336		128.064
2018	12.783	5.497		131.928
2019	13.167	5.662		135.888
2020	13.564	5.833		139.992
2021	13.972	6.008		144.192
2022	14.393	6.189		148.536
2023	14.826	6.375		153.000
2024	15.272	6.567		157.608
2025	15.732	6.765		162.360
2026	16.205	6.968		167.232

Fuente: Cuadros 4, 24 y 26

Elaborado por: La Autora

Demanda efectiva.

Una vez calculada la demanda real es necesario conocer la demanda efectiva del Cantón Morona, para lo cual se basa en el número de familias que utilizan y verificar en la aplicación de la encuesta qué porcentaje de estas comprara el producto que oferta la presente empresa, tenemos así que un 89% del total de familias que utilizan el aceite de aguacate para uso personal, que si se llegara a instalar la empresa adquirirían el producto, como lo podemos apreciar en el siguiente cuadro.

Cuadro 27. Determinación y proyección de la demanda efectiva

AÑO	DEMANDA REAL UNIDADES DE 750 ML.	DEMANDA EFECTIVA (89% de la demanda real)
2016	124.320	110.645
2017	128.064	113.977
2018	131.928	117.416
2019	135.888	120.940
2020	139.992	124.593
2021	144.192	128.331
2022	148.536	132.197
2023	153.000	136.170
2024	157.608	140.271
2025	162.360	144.500
2026	167.232	148.836

Fuente: Cuadro 13 y 26

Elaborado por: La Autora

Estudio de la oferta.

Para analizar la situación actual de la oferta del producto es necesario indicar que en el cantón Morona se comercializan diferentes marcas de aceites de uso personal.

Se realizaron 84 encuestas a los distribuidores del producto en el cantón Morona, que ayudaron con la información necesaria para el estudio que fue detallada por los mismos a través de las ventas que las realizan a los clientes. Mediante encuestas realizadas a Bodegas, Supermercados, Mercados, y Tiendas, se determinó la oferta de aceites de uso personal en el cantón Morona. A continuación en el cuadro se detalla la oferta mensual y anual.

Cuadro 28. Determinación de la oferta mensual y anual

DESCRIPCIÓN	F	PROEMDIO	TOTAL PROMEDIO
0 a 100 unidades.	14	50	700
101 a 200 unidades.	1	150	150
201 a 300 unidades.	1	250,00	250
TOTAL	16		1.100
PROMEDIO OFERTA SEMANAL POR EMPRESA			69
PROMEDIO OFERTA ANUAL POR EMPRESA			3.588
TOTAL OFERTA ANUAL			57.408

Fuente: Cuadro 17
Elaborado por: La Autora

PROMEDIO DE OFERTA ANUAL

Promedio:

$$\text{Promedio} = \frac{\sum FX_m}{n}$$

Promedio semanal por empresa	$\frac{1.100}{16}$
Promedio semanal por empresa	69 unidades de 750 ml.
Promedio anual por empresa	69 unidades x 52 semanas
Promedio anual por empresa	3.588 unidades de 750 ml.
Total oferta anual 16 empresa	57.408,00

Proyección de la oferta para los diez años.

Con la determinación de la oferta del producto se procede a realizar la proyección de la oferta para los diez años de vida útil del proyecto. Se tomó en cuenta la tasa de crecimiento en poblacional del cantón Morona, (3,01%), tal como se indica a continuación.

Cuadro 29. Proyección de la oferta

No.	AÑO	OFERTA
0	2016	57.408
1	2017	59.136
2	2018	60.916
3	2019	62.750
4	2020	64.639
5	2021	66.585
6	2022	68.589
7	2023	70.654
8	2024	72.781
9	2025	74.972
10	2026	77.229

Fuente: Cuadro 28.
Elaborado por: La Autora

Balance entre la oferta y demanda

Demanda Insatisfecha.

Tomando en cuenta la cantidad ofertada del aceite de uso personal , se puede establecer a través de los resultados de la encuesta, que la demanda de aceite de aguacate, es atendida por las firmas comerciales que las distribuyen, con lo que se considera que si existe demanda insatisfecha, quedando abierta la posibilidad de entrar en un mercado de competencia, aprovechando la oportunidad de la que empresa nuestra se encuentra ubicada dentro del mismo mercado.

Cuadro 30. Establecimiento de la demanda insatisfecha

No.	AÑO	DEMANDA EFECTIVA (Unidades de 750 ml.)	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
0	2016	110.645	57.408	53.237
1	2017	113.977	59.136	54.841
2	2018	117.416	60.916	56.500
3	2019	120.940	62.750	58.190
4	2020	124.593	64.639	59.954
5	2021	128.331	66.585	61.746
6	2022	132.197	68.589	63.608
7	2023	136.170	70.654	65.516
8	2024	140.271	72.781	67.490
9	2025	144.500	74.972	69.528
10	2026	148.836	77.229	71.607

Fuente: Cuadro 27 y 29.

Elaborado por: La Autora

Plan de Comercialización.

Producto.

El producto se comercializará en botellas de plástico según las preferencias de los consumidores que se pronuncian por esta botella (ver cuadro 7), como se muestra en el gráfico, además el producto tendrá una presentación de 750 ml (ver cuadro 5).

Gráfico 22. Presentación del producto de 750 ml.



Elaborado por: La Autora

Nombre del Producto.

El nombre del producto será “Aceite de Aguacate”

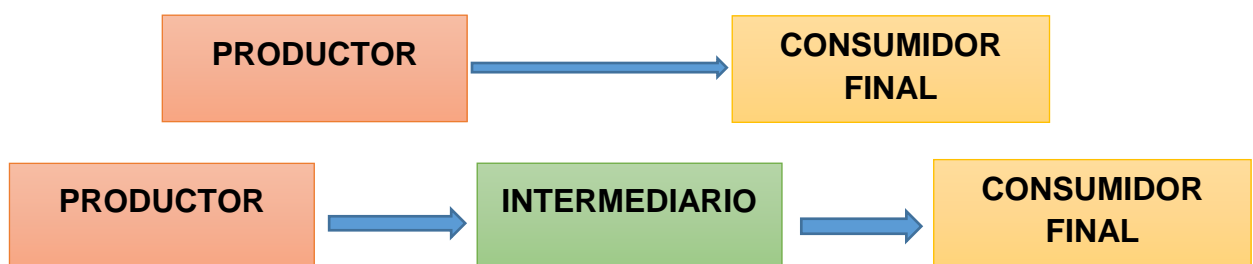
Precio.

El precio estimado será considerado en base al análisis de la competencia. La empresa tendrá en cuenta los niveles de precios de los competidores al momento de fijar los suyos propios, generalmente este producto se oferta en un precio promedio de \$ 2,50 dólares. Esta tendencia coincide con la percepción del cliente frente a los precios establecidos por la competencia. Es importante destacar que la fijación de precios debe estar acorde a la predisposición del mercado actual, por

debajo o igual a las estipuladas por la competencia, además considerando el costo unitario al mismo que se le sumará un margen de utilidad en función de las mencionadas condiciones del mercado.

Plaza

El tipo de distribución que se utilizará de manera directa para este producto será Productor-Consumidor Final, y de manera indirecta será productor, intermediario y consumidor final, por considerar que son los mejores medios de hacer llegar el producto hasta el consumidor final.



La comercialización del Aceite de Aguacate se realizará en diferentes bodegas, supermercados, mercados y tiendas del cantón.

PUBLICIDAD.

La competencia siempre está presente en el mercado para los diferentes productos elaborados y que se comercializan para el cliente final, como es el caso del Aceite, la empresa que pretende ingresar al mercado tiene que enfrentar todo este reto, por ello es importante la comunicación que se debe tener con el cliente, y para llegar a él, se tiene que hacer por los medios de

comunicación pagados y que están dirigidos al grupo de interés de la empresa, como son los medios televisivo, radiales y la prensa escrita, dando a conocer las características, beneficios y ventajas del producto que se oferta.

A continuación, se dará a conocer el plan de publicidad que se va a invertir para sacar el producto al mercado, de la siguiente manera:

Cuadro 31. Plan de publicidad

PUBLICIDAD	HORARIO	FACTOR	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL MENSUAL
Diario La Randimpa	Todos los días	Cuarto de página	30 días	1,00	30.00
Radio Voz del Upano.	12H00	40 segundos	22 veces	3.50	77.00
TOTAL					107.00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Para dar a conocer de mejor manera el Aceite de Aguacate y la información por medio de la publicidad acerca del producto, se dará a conocer algunas políticas de ventas.

1.- El precio del Aceite de Aguacate será de acuerdo a su cantidad, tratando de que sean iguales a los de la competencia, pero planificados de forma que pueda cubrir los costos de producción.

2.- El producto será entregado directamente a los intermediarios, para que luego llegue al consumidor final.

3.- Se promocionará el Aceite de Aguacate, en lugares estratégicos del cantón, como Bodegas de expendio de comestibles, Supermercados y Mercados de la localidad contando con los permisos respectivos, dados por las autoridades correspondientes al caso.

Estudio técnico.

Tamaño y localización.

Tamaño de la Empresa.

Según los resultados obtenidos en el estudio del mercado, en lo que tiene que ver con la demanda potencial, real, y efectiva, se llega a establecer el tamaño de la planta, por otro lado es de aspecto fundamental para su determinación, el conocimiento del proceso productivo y su tecnología requerida, de tal forma que se logre compatibilizar con las disponibilidades y requerimientos empresariales.

Para que funcione normalmente la empresa en la producción del Aceite a base de Aguacate la empresa necesitara una superficie de unos 250m².

Capacidad instalada.

La producción se la realiza de la siguiente manera:

Se elaborará el aceite de aguacate en calentadores con capacidad de 75 litros o 75.500 ml., en las que se procesará 100 unidades de aceite de aguacate 750 ml., obteniendo una producción por proceso de 100

unidades de aceite de aguacate de 750ml. Cada proceso tendrá una duración de 4 horas, si se trabajan 8 horas diarias reglamentarias, determina que se realizarán 2 procesos, dándonos una capacidad máxima de 200 frascos de 750 ml. diarios que multiplicados por 22 días al mes se tendrá una producción mensual de 4.400 unidades, al multiplicar por 12 se calculan 52.800 unidades de 750 ml al año, que corresponde al 96,28% de cobertura en año 1 y en el año 10 del 73,74%.

Cuadro 32. Determinación proyección de la capacidad instalada

No.	AÑOS	DEMANDA INSATIFECHA (Unidades de 750 ml.)	% CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD INSTALADA (Unidades de 750 ml.)
0	2016	53.237,00	99,18%	52.800
1	2017	54.841,00	96,28%	52.800
2	2018	56.500,00	93,45%	52.800
3	2019	58.190,00	90,74%	52.800
4	2020	59.954,00	88,07%	52.800
5	2021	61.746,00	85,51%	52.800
6	2022	63.608,00	83,01%	52.800
7	2023	65.516,00	80,59%	52.800
8	2024	67.490,00	78,23%	52.800
9	2025	69.528,00	75,94%	52.800
10	2026	71.607,00	73,74%	52.800

Fuente: Cuadro 31.

Elaborado por: La Autora

Capacidad utilizada.

Como todo proceso productivo, no se puede empezar a trabajar con el 100% de su capacidad debido a varios factores como son: la apertura de mercado, selección de intermediarios, acoplamiento del proceso productivo, capacitación de personal, contratiempos en el proceso productivo, etc.

Por todo ello se planifica utilizar el 95% de la capacidad instalada, es decir 50.160 unidades aceite de aguacate de 750 ml., en cada uno de los años de vida útil del proyecto.

Cuadro 33. Determinación y proyección de la capacidad utilizada

CAPACIDAD INSTALADA (Unidades de 750 ml.)	%CAPACIDAD UTILIZADA	UNIDADES (Unidades de 750 ml.)
52.800	95%	50.160
52.800	95%	50.160
52.800	95%	50.160
52.800	95%	50.160
52.800	95%	50.160
52.800	95%	50.160
52.800	95%	50.160
52.800	95%	50.160
52.800	95%	50.160
52.800	95%	50.160
52.800	95%	50.160

Fuente: Cuadro 32.

Elaborado por: La Autora

Localización de la empresa.

Localización del proyecto.

Este proyecto por tener características especiales, se determinara su ubicación geográfica, de acuerdo a un adecuado análisis sobre cada uno de los factores que inciden en su fase de operación, llegando a determinar que el lugar para ubicar la planta procesadora podría ser el siguiente:

Macro localización:

La planta procesadora de Aceite a base de Aguacate se ubicara en:

PAIS: Ecuador.

REGION: Oriente.

PROVINCIA: Morona Santiago.

CANTON: Morona.

Gráfico 23. Macro-localización

Fuente: Google maps.

Micro localización:

La planta procesadora de Aceite a base de Aguacate se ubicara en:

CANTON: Morona.

PARROQUIA: Sevilla Don Bosco

SECTOR: Barrio Santa Ana.

CALLE PRINCIPAL: Vía a Sevilla don Bosco.

Gráfico 24. Micro-localización



Fuente: Google maps.

Ingeniería del Proyecto.

Esta parte es fundamental en este estudio, puesto que se ocupa de buscar los elementos adecuados para el proceso productivo en lo que tienen que ver con la tecnología adecuada que se va a utilizar en la elaboración del Aceite a base de Aguacate, así como el diseño de la infraestructura física que esté de acuerdo con el tamaño establecido para la planta y permita cubrir con las expectativas del mercado.

PROCESO PRODUCTIVO.

El proceso productivo en el cual se va a utilizar el aguacate como materia prima para la extracción de aceite es el más importante. Un detalle a tener en cuenta es que en nuestro país, el aceite de semilla más consumido, con diferencia es el de girasol. Una vez que los aceites son extraídos de

las semillas, necesitan un proceso de refinamiento para mejorar las condiciones de conservación y nutricionales, ya que algunas semillas contienen una serie de sustancias denominadas anti nutrientes que pueden llegar a ser tóxicas, de esta manera que el proceso en el cual se va a utilizar como materia prima el Aguacate para elaborar el Aceite, se lo detalla de la siguiente manera:

Extracción. Para obtener los aceites a base del aguacate, se parte de la materia prima extrayendo la maza del aguacate maduro, descartando la pepa y la corteza, que suele contener hasta un 30% más de aceite que los mismos aguacates que aún no están maduros. La extracción de la fase grasa puede realizarse mediante medios mecánicos (presión) o mediante disolventes (hexano). Ambos tipos han alcanzado una gran perfección y se usan en todo el mundo.

En operaciones a gran escala, la extracción con disolventes es un medio más económico de obtención de aceite que la extracción por presión, y su aplicación va aumentando rápidamente, especialmente para la obtención de aceite comestible a base de aguacate.

Refinado. Tras la extracción del aceite se realiza un proceso de refinado, también conocido como “purificación” donde eliminaremos todos los elementos groseros. A veces la refinación sólo exige una clarificación del aceite pero para conseguir aceites con una calidad organoléptica óptima, es necesario someterlo a una serie de operaciones que eliminen el olor y sabor indeseables.

Neutralización. Mediante este proceso eliminamos los ácidos grasos libres que se han formado durante la extracción y que pueden enranciar el producto final. Esta desacidificación se realiza por adición, al aceite, de hidróxido sódico, al 12- 15%. Esta operación se realiza en calderas provistas de agitador y un sistema de calefacción con vapor a alta temperatura. Mediante este sistema se forman unos gránulos de jabón en pasta (unión de los ácidos con el hidróxido) que crecerán y podrán ser eliminados mediante decantadores o centrífugas.

Decoloración. Una vez tenemos el aceite neutralizado, eliminamos los restos de pigmentos naturales (carotenos, clorofilas) mediante el uso de filtros especiales como el carbón activo o la tierra adsorbente. Este tipo de tierras suelen ser arcillas trituradas y tamizadas o arcillas activadas por un tratamiento con ácido sulfúrico, seguido de un lavado de agua para eliminar el ácido. La más utilizada es la bentonita (silicatos de aluminio hidratado).

El aceite y la tierra se agitan conjuntamente durante 15 minutos con temperaturas de 80-90oC. La cantidad de tierra que se añade, depende de la cantidad de pigmentos que tengamos que eliminar, lo normal es utilizar un 5%.

Desgomado. En este proceso se eliminan los fosfolípidos y glucolípidos que se encuentran disueltos en el aceite y que se alteran con mayor facilidad que los triglicéridos. En este caso, el desgomado consiste en tratar el aceite con agua o vapor, con lo que se hidratan estos

compuestos haciéndose insolubles en el medio graso. El proceso se realiza en unos tanques provistos de agitadores mecánicos que incorporan agua en proporción de un 2% con temperaturas de 70oC o en forma de vapor lo que facilita la rápida hidratación de los fosfatados. Desde el tanque de mezcla, el aceite pasa a una centrífuga de gran velocidad que separa las dos fases de forma selectiva.

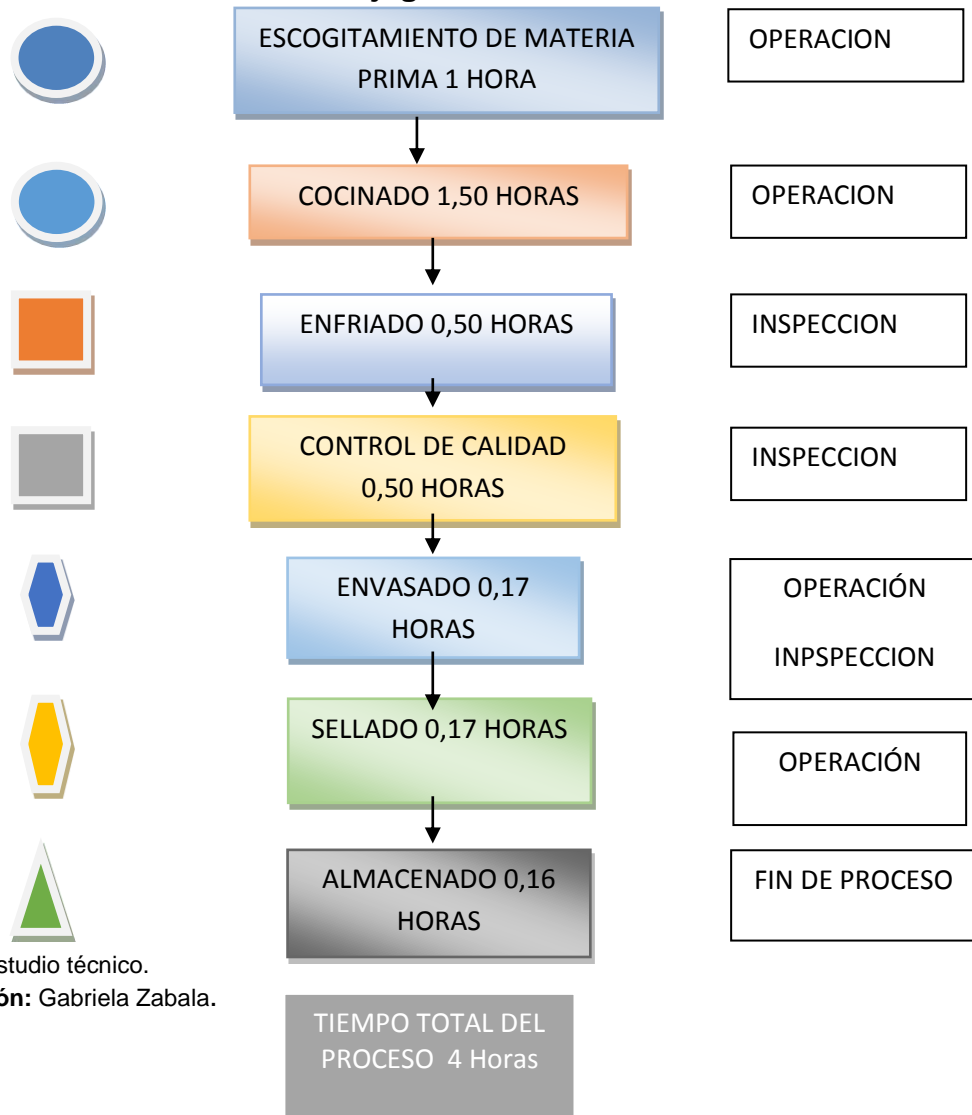
Desodorización. Durante este tratamiento, se eliminan las sustancias hidrosolubles responsables del olor, mediante un chorro de vapor de agua. En el proceso, el aceite se calienta hasta temperaturas de 150-160oC, mientras que paralelamente se le pasa una corriente de vapor directo, que arrastra todas las sustancias volátiles, dejando el aceite prácticamente inodoro y con un sabor suave. Su duración es de 3-4 horas y es el más largo de todo el proceso de refinación.

Tras estos pasos tecnológicos conseguiremos un producto final homogéneo y limpio, pero, el problema viene cuando valoramos este aceite a nivel nutricional, ya que tras su refinado, el aceite ha perdido casi el 100 % de sus vitaminas y sustancias antioxidantes (esteroles, tocoferol).

Este detalle hace que, además, los aceites a base de aguacate tengan una menor estabilidad y resistencia a las altas temperaturas de los tratamientos culinarios, por lo que su reutilización debe controlarse de forma mucho más estricta que en el caso del aceite de oliva. Para

compensar estas pérdidas, la legislación actual permite la adición de antioxidantes (aditivos).

Gráfico 25. Flujoograma del Proceso



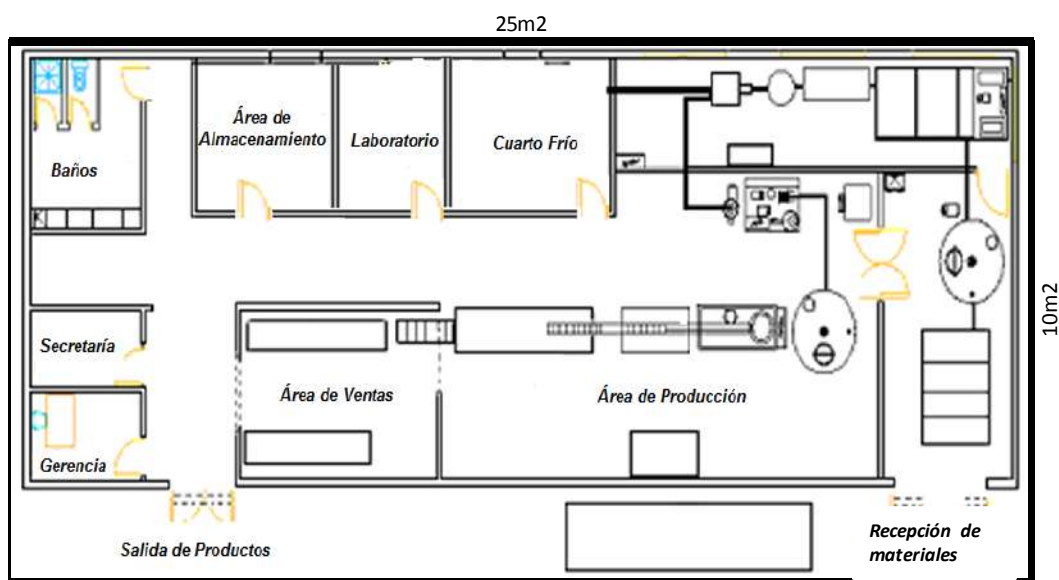
El tiempo que durara el proceso de producción del Aceite a base de Aguacate será de 4 horas diarias, en las que se producirá 100 unidades de aceite de aguacate de 750 ml., valor que se obtuvo de la capacidad instalada del proyecto.

Distribución de la planta.

Infraestructura física.

Con el apoyo de profesionales de la ingeniería civil, se ha determinado que la planta extractora, se ubicará dentro de un espacio de terreno de 250 m², los cuales son distribuidos de la siguiente forma:

Gráfico 26. Distribución física de la planta



Elaborado por: Gabriela Zabala.

Requerimientos para la ejecución del proyecto

Requerimiento de materia prima directa

Cuadro 34. Materia prima directa

Descripción	Requerimiento anual unidades (aguacates).
Aguacates	105.600,00

Elaborado por: La Autora

Requerimiento de materia prima indirecta

Cuadro 35. Materia prima indirecta

Descripción	Cantidad anual
Envases 750 ml	50.800
Etiquetas Adhesivas	50.800
Tapas	50.800

Elaborado por: La Autora

Requerimiento de maquinaria y equipo

Cuadro 36. Maquinaria y equipo

Descripción	Cantidad
Secador Rotatorio continuo	1
Filtro Bolsa	2
Elevador de cangiales	1
Prensa Hidráulica	1
Extractor de aceite	1
Molino	1
Equipo de destilación	1
Tanque de llenado	2
Tolva (para inyección del líquido)	2
Bomba	2
Faja Transportadora	4
Mesa de descascarado	2

Elaborado por: La Autora

Requerimiento de herramientas

Cuadro 37. Herramientas

Detalle	Cantidad
Juego de Dados 14 Piezas	1
Juego de Llaves 12 Piezas	1
Juego de Destornilladores 10 Piezas	1
Gavetas Plásticas Grandes	6
Caja de herramientas Plástica	1
Balanza eléctrica	1

Elaborado por: La Autora

Requerimiento de adecuaciones e instalaciones

Cuadro 38. Adecuaciones e instalaciones

Descripción
Instalaciones Eléctricas.
Instalación y Montaje de Maquinaria y Equipo.
Divisores de Espacios.
Pintura de Oficinas Administrativas.

Elaborado por: La Autora

Requerimiento de muebles de oficina.

Cuadro 39. Muebles de oficina

Descripción	Cantidad
Escritorio.	4
Sillas giratorias.	4
Estanterías (2mx6m).	4
Anaqueles.	4
Muebles aéreos.	4
Mesa de reuniones.	1
Sillas Plásticas.	12

Elaborado por: La Autora

Requerimientos de equipo de computación

Cuadro 40. Equipo de computación

Descripción	Cantidad
Computadores de escritorio DELL.	4
Impresoras.	4
Portátil.	1

Elaborado por: La Autora

Requerimiento de vehículo

Cuadro 41. Vehículo

Descripción	Cantidad
Camión Chevrolet nuevo.	1

Elaborado por: La Autora

Requerimiento de equipo de oficina

Cuadro 42. Equipo de oficina

Descripción	Cantidad.
Teléfono inalámbrico Panasonic.	4
Plasma	1
Proyector.	1
Central Telefónica.	1
Sumadora	4
Grapadora	4
Perforadora	4

Elaborado por: La Autora

Requerimiento de talento Humano

Cuadro 43. Talento Humano

Descripción	Cantidad
Obreros.	2
Jefe de Producción.	1
Secretaria-Contadora.	1
Gerente.	1
Conserje-Guardia.	1

Elaborado por: La Autora

Estudio administrativo

Estructura legal

Para la organización jurídica y motivada por la idea de incentivar la inversión en este cantón, se ha previsto la implementación de una Compañía de Responsabilidad Limitada, de conformidad con el Art. 93 de la ley de Compañías, que en su parte pertinente textualmente dice:

Art. 93.- "La compañía de Responsabilidad Limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras Compañía Limitada o su correspondiente abreviatura.

Se llama de Responsabilidad Limitada por cuanto nace de la necesidad de conseguir una determinada organización.

Para constituirse esta base de compañías y para que subsista se requerirá de un mínimo de 3 socios y no podrá funcionar como tal sino con un máximo de 15 socios los cuales responden solamente por las obligaciones sociales hasta el monto de las aportaciones individuales y tienen el derecho de administrarla.

Constitución de la empresa

Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley, entre ellos tenemos:

- **Acta constitutiva.** Es el documento certificador de la conformación legal de la empresa, en él se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.
- **La razón social o denominación.** Es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la Ley.
- **Domicilio.** Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica.
- **Objeto de la sociedad.** Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir, generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.
- **Capital social.** Debe indicarse cuál es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como este se ha conformado.
- **Tiempo de duración de la sociedad.** Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los

esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo operará.

- **Administradores.** Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona que será quién responda por las acciones de la misma.

- **Nombre de la empresa.** De conformidad con lo determinado en el artículo 137, numeral 2 de la Ley de Compañías vigente en el Ecuador, la Razón Social de la empresa es:

“MORONA INDUSTRIAL” Cía. Ltda.

- **Objeto social**

El objeto de la empresa es la producción y comercialización de aceite de aguacate.

- **Duración de la empresa**

La empresa desde su conformación tendrá una duración de 10 años, considerando el año de preparación en el que se prevé la constitución de la compañía, salvo lo dispuesto en el Art. 361 de la Ley de Compañías.

Acta constitutiva de la empresa “MORONA INDUSTRIAL” Cía. Ltda.

En el cantón Morona, provincia de Morona Santiago, a los 27 días del mes de septiembre del año 2017, por propia iniciativa y con el asesoramiento de la Dra. Ruth Regalado, asisten los señores(as): Gemileth Gabriela Zabala Vinueza, con C.I.: 1400563712 y Robinson Jesús Núñez Naranjo C.I.: 1600401838 quiénes libre y voluntariamente y con todos sus derechos han decidido formar parte de la empresa **“MOROMA INDUSTRIAL” Cía. Ltda.**, con fines de lucro, la que tendrá por objeto la producción y comercialización de aceite de aguacate en el cantón Morona.

MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA MORONA INDUSTRIAL CÍA. LTDA.**SEÑOR NOTARIO:**

Sírvase insertar en el protocolo de escrituras públicas a su cargo, una de constitución de compañía, contenida en las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- COMPARECIENTES.- Gabriela Zabala Vinueza, ecuatoriana portadora de la cédula 1400563712 y Robinson Jesús Núñez Naranjo ecuatoriano portador de la cédula 1600401838, en ejercicio pleno de sus derechos comparecen a la constitución de la empresa **“MORONA INDUSTRIAL” Cía. Ltda.**

SEGUNDA.- DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.- Los comparecientes declaran que constituyen una empresa dedicada a la producción y

comercialización de aceite de aguacate, con responsabilidad limitada, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil.

TERCERA.- ESTATUTO DE LA EMPRESA

TITULO PRIMERO.- DENOMINACIÓN, DOMICILIO, OBJETO Y DURACIÓN.-

Art. 1.- La Empresa de economía privada, formada en virtud del presente contrato y que se registrará de acuerdo a este estatuto se denomina

“MORONA INDUSTRIAL” Cía. Ltda.

Art. 2.- (DOMICILIO).- La compañía tendrá su domicilio principal en el cantón Morona, provincia de Morona Santiago, República del Ecuador.

Art. 3.- (OBJETO).- El objeto de la compañía es producir y comercializar aceite de aguacate. Para estos negocios en general, la empresa podrá realizar toda clase de actos, contratos y operaciones permitidas por las Leyes Ecuatorianas, que sean acorde a su objeto.

Art. 4.- (PLAZO, DURACIÓN).- El plazo de duración de la empresa será indefinido a partir de su inscripción en la Registradora Mercantil, plazo que queda a consideración del dueño, tomando en consideración que para objeto de su expansión podrá recibir accionistas.

TITULO SEGUNDO.- CAPITAL, ACCIONES OBLIGACIONES Y AUMENTOS.

Art. 5.- (CAPITAL).- El capital autorizado, suscrito y pagados es de USD \$28.455,79 dólares de los Estados Unidos de América.

Art. 6.- (TITULOS DE ACCIONES).- Los títulos de acciones serán ordinarios y nominativos y deberán ser autorizados por las firmas del gerente de la empresa.

Art. 7.- (DERECHOS).- Las acciones dan derechos a voto en la Junta General de Accionistas en proporción a su valor pagado, para tomar parte en las juntas, es necesario que el accionista conste como tal en el libro de acciones y accionistas.

Art. 8.- (AUMENTO DE CAPITAL).- El capital de la empresa podrá ser aumentado en cualquier momento, por resolución de su propietario, ya sea por su propio capital, como por la venta de acciones.

Art. 9.- (RESPONSABILIDAD).- La responsabilidad de los accionistas por las obligaciones sociales se limita al monto de sus acciones. La acción con derecho a voto lo tendrá en relación a su valor pagado, los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

Art. 10.- (LIBRO DE ACCIONES).- La empresa llevará un libro de acciones y accionistas desde el momento en que amplió su capital y

saque a vender acciones, y las mismas se registrará las transferencias de las acciones, la constitución de derechos reales y demás modificaciones que ocurran respecto del derecho sobre las acciones, la propiedad de las acciones se probará con la inscripción en el libro de acciones y accionistas, el derecho de negociar las acciones y transferirlas se sujeta a lo dispuesto por la Ley de Compañías.

TITULO TERCERO.- EJERCICIO ECONÓMICO, BALANCE, DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES Y RESERVAS.

Art. 11.- (EJERCICIO ECONÓMICO).- El ejercicio económico será anual y terminará el treinta y uno de diciembre de cada año, al fin de cada ejercicio y dentro de los tres primeros meses del siguiente año, el Gerente General someterá a consideración de la Junta de accionistas, el balance general anual, el estado de pérdidas y ganancias, la fórmula de distribución de beneficios y demás informes necesarios.

Art. 12.- (UTILIDADES Y RESERVA).- Las utilidades serán dispuestas por su dueño de manera proporcional a sus ingresos, sin tener que ser aprobadas por persona alguna.

TITULO CUARTO.- DEL GOBIERNO, ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN DE LA COMPAÑÍA.

Art.13.- (GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN).- La empresa estará gobernada por el Gerente General, cada uno de estos órganos con las

atribuciones y deberes que les concede la Ley de Compañías y estos estatutos.

Art. 14.- (CONVOCATORIA).- La convocatoria a sesión la hará el Gerente de la empresa mediante comunicación escrita a cada uno de los miembros, con cuarenta y ocho horas de anticipación, por lo menos a la fecha de sesión.

Art. 15.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL DIRECTORIO).- Son atribuciones del Directorio las siguientes: a) Sesionar ordinariamente cada mes y extraordinariamente cuando fuere convocado; b) Someter a consideración del Directorio el proyecto de presupuesto en el mes de Enero de cada año; c) Autorizar la compra y transferencia de inmuebles a favor de la empresa, así como la elaboración de contratos de hipoteca y cualquier otro gravamen que limite el dominio y autonomía o posesión de los bienes inmuebles de propiedad de la empresa; d) Autorizar al Gerente General el otorgamiento y celebración de actos, contratos e inversiones para los que se requiera tal aprobación, en razón de la cuantía requerida; e) Controlar el movimiento económico de la empresa y dirigir la política de los negocios de la misma; f) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones tomadas, y las disposiciones legales, del Estatuto y reglamentos; g) Determinar los cargos para cuyo ejercicio se requiera caución y calificar las cauciones; h) Los demás que contemple la Ley, los estatutos y resoluciones.

Art. 16.- (RESOLUCIONES).- Las resoluciones del directorio serán por simple mayoría de votos y los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

Art. 17.- (ACTAS).- De cada sesión de directorio se levantara la correspondiente acta, la que será firmada por el presidente y secretario que actuaron en la reunión.

Art. 18.- (DEL GERENTE GENERAL).- El Gerente General será elegido por la Junta General de Accionistas y será elegido para un periodo de cuatro años. El Gerente General será el representante legal de la empresa.

Art. 19.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL GERENTE GENERAL).-

Son deberes y atribuciones del Gerente General de la empresa: a) Representar legalmente a la empresa, en forma judicial y extra judicial; b) Conducir la gestión de los negocios sociales y la marcha administrativa de la empresa; c) Dirigir la gestión económico-financiera de la empresa; d) Gestionar, planificar, coordinar, poner en marcha y cumplir las actividades de la empresa; e) Realizar pagos por concepto de gastos administrativos de la Empresa; f) Realizar inversiones, adquisiciones y negocios; g) Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil; h) Presentar anualmente informe de labores ante el Directorio; i) Conferir poderes especiales y generales de acuerdo a lo dispuesto en el estatuto y en la Ley; j) Nombrar empleados y fijar sus remuneraciones; k) Cuidar que se lleven de acuerdo con la Ley los libros de contabilidad, y

las actas del Directorio l) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones del Directorio; m) Presentar ante el Directorio el Balance, el estado de pérdidas y ganancias, la liquidación presupuestaria y la propuesta de distribución de beneficios dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico; n) Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la Ley, el presente estatuto y reglamentos de la Empresa, así como las que señale el Directorio.

Art. 20.- (DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA EMPRESA).- La disolución y liquidación de la Empresa se regirá por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección décimo segunda de esta Ley, así como por el reglamento sobre disolución y liquidación de compañías y por lo previsto en el presente estatuto.

Art. 21.- (DISPOSICIÓN GENERAL).- En todo lo no previsto en este estatuto se estará a las disposiciones de la Ley de Compañías y sus Reglamentos, así como a los reglamentos de la empresa y a lo que resuelva el directorio.

Art. 22.- (AUDITORÍA).- Sin perjuicio de la existencia de órganos internos de fiscalización, el directorio podrá contratar la asesoría contable o auditoría de cualquier persona natural o jurídica especializada, observando las disposiciones legales sobre esta manera.

TÍTULO QUINTO.- INTEGRACIÓN Y PAGO DE CAPITAL

El capital de la compañía ha sido suscrito y pagado por sus únicos accionistas y dueños conforme consta el certificado de integración de capital que se agrega como habilitante.

Hasta aquí la minuta que queda elevada a la calidad de escritura pública formalizado el presente instrumento.- Yo el Notario lo leí íntegramente al otorgante y firma en unidad de acto conmigo el Notario que doy Fe.

Dado y firmado en el cantón Morona, a los 27 días del mes de septiembre del 2017.

Sra. Gabriela Zabala Vinueza,
140056371-2

Sr Robinson Núñez Naranjo
160040183-8

NIVELES ADMINISTRATIVOS.

Lo conforman el conjunto de organismo agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que poseen independientemente de las funciones que realizan.

NIVEL LEGISLATIVO.- En la empresa representa el primer nivel jerárquico y lo constituye la Junta General de Socios cuya función básica es la de legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar reglamento, ordenanzas, resoluciones, etc., y decidir aspectos de mayor importancia.

NIVEL EJECUTIVO.- Lo constituye el Gerente, este nivel toma decisiones sobre políticas generales y sobre las actividades básicas, ejerciendo la autoridad para garantizar su fiel cumplimiento.

NIVEL ASESOR.- Lo conforma el asesor jurídico cuya función es la de aconsejar e informar en materia jurídica.

NIVEL AUXILIAR.- Lo integra la Secretaria-Contadora, este nivel ayuda a los otros niveles administrativos a la prestación de servicios oportunos y con eficacia.

Es un nivel de apoyo a las labores ejecutivas, asesoras y operacionales. Su grado de autoridad es mínimo, se limita a cumplir órdenes de los

niveles ejecutivo y operacional, y ejecutar actividades administrativas de rutina.

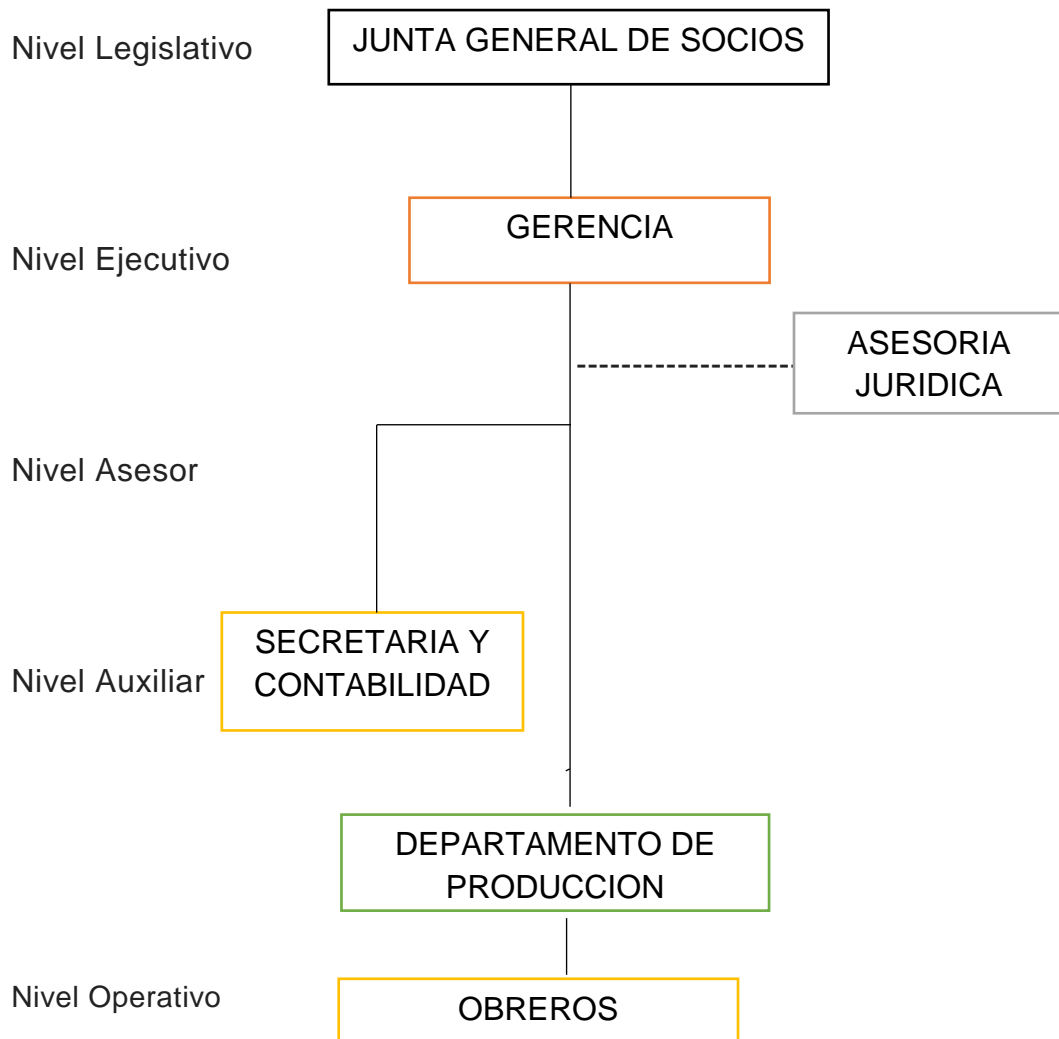
NIVEL OPERATIVO.- Está conformado por, los jefes departamentales y sus respectivos dependientes.

Este nivel es responsable directo de ejecutar las actividades básica de la empresa. Es el ejecutor de las órdenes emanadas del órgano directivo.

ORGANIGRAMAS.

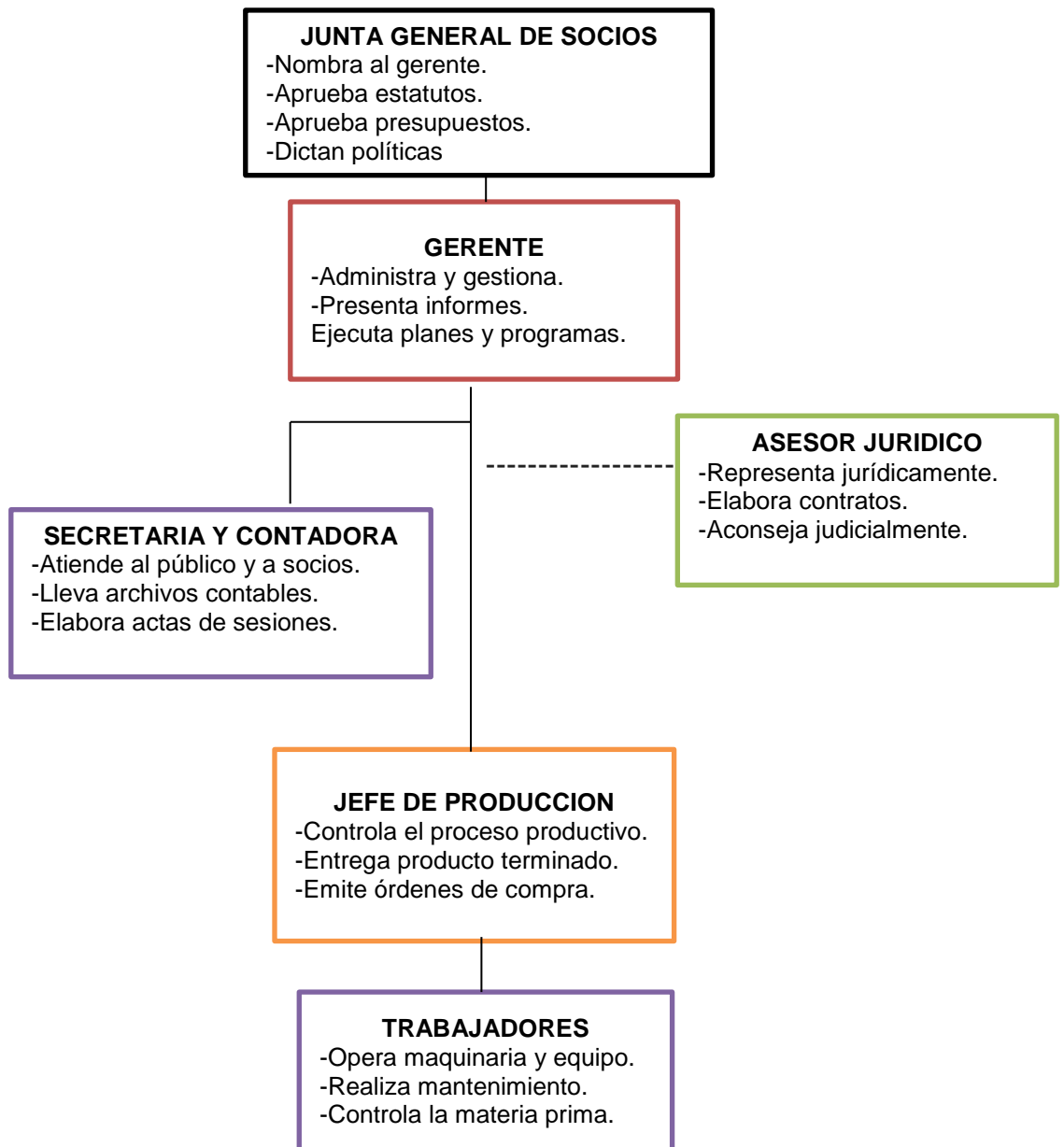
A continuación se detallaran los organigramas que regirán para la empresa, tomando en cuenta el organigrama estructural, funcional y posicional.

Gráfico 27. Organigrama Estructural
“MORONA INDUSTRIAL CIA. LTDA”



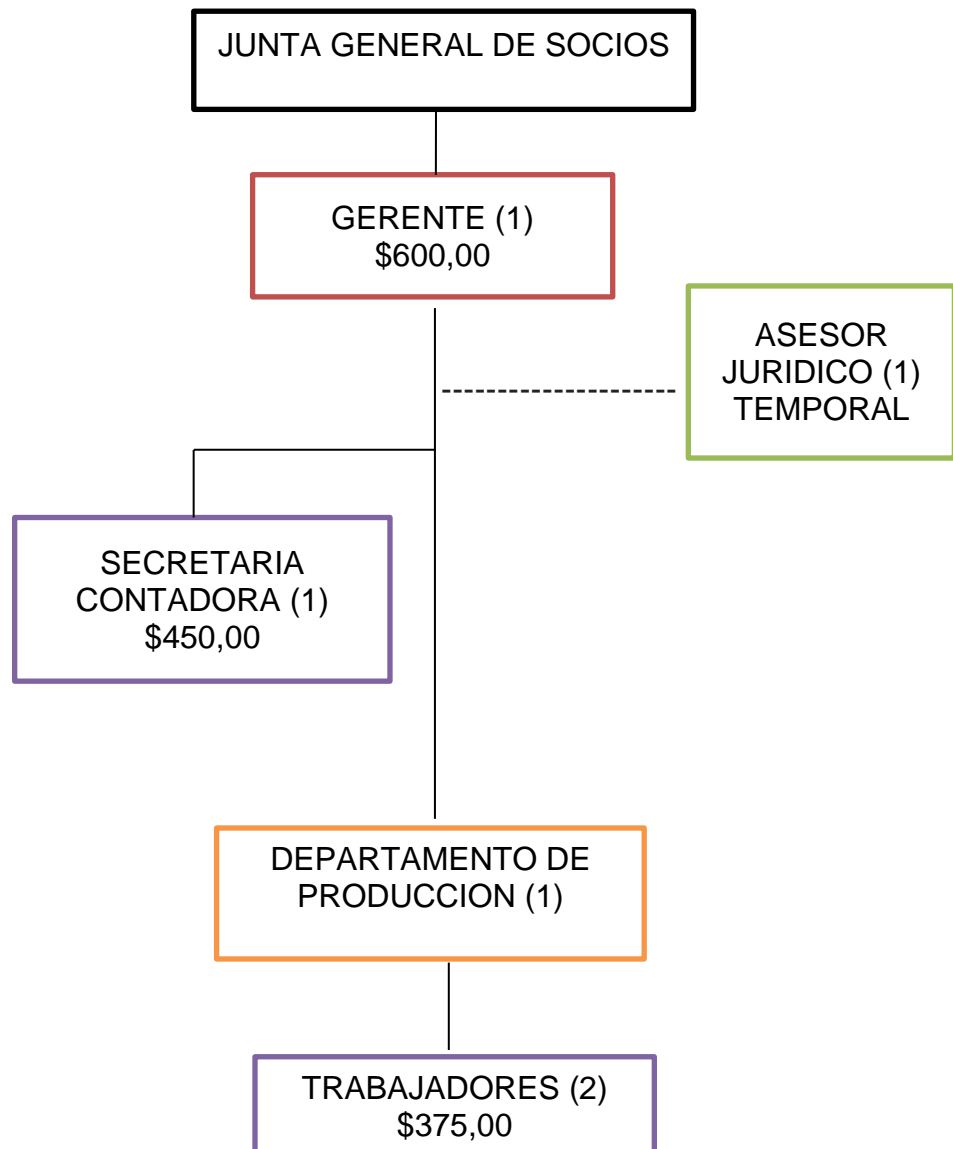
Elaborador por: La Autora

Gráfico 28. Organigrama Funcional
“MORONA INDUSTRIAL CIA. LTDA”



Elaborador por: La Autora.

Gráfico 29. Organigrama Posicional
“MORONA INDUSTRIAL CIA. LTDA”



Elaborador por: La autora

Manual de funciones.

A continuación se presenta el Manual de Funciones de cada uno de los niveles jerárquicos de la empresa.

CODIGO:	001
DEPARTAMENTO:	Administración General.
TITULO DEL PUESTO:	GERENTE.
SUPERIOR INMEDIATO:	Junta General de Socios.
SUBALTERNOS:	A partir de su nivel, todos.
NATURALEZA DEL TRABAJO:	
<ul style="list-style-type: none"> - Planificar, organizar, dirigir y controlar la buena marcha de la empresa a fin de lograr los objetivos propuestos. - Supervisar, guiar y planificar el proceso de comercialización de la empresa. 	
TAREAS TIPICAS DE GERENCIA:	
<ul style="list-style-type: none"> - Planifica lo que va a realizar en la empresa. - Organiza en forma ordenada los recursos, actividades, materiales, técnicas y humanas. - Ejecuta el plan de acción trazado por la empresa. - Controla la ejecución del plan para realizar los ajustes correspondientes respecto a la producción. 	
TAREAS TIPICAS DE COMERCIALIZACION:	
<ul style="list-style-type: none"> - Planifica programas, políticas y estrategias de comercialización. - Elabora y ejecuta las estrategias de promoción y publicidad de la empresa. - determina los lugares estratégicos y los intermediarios adecuados para la venta de los productos terminados. - Analiza las políticas de ventas. - Responde a las ventas en el mercado 	
CARACTERISTICAS DE LA CLASE:	
<ul style="list-style-type: none"> - Es responsable de las tareas administrativas financieras y técnicas en la ejecución de las tareas. 	
REQUISITOS MINIMOS:	
<ul style="list-style-type: none"> - Título de Ingeniero Comercial. - Experiencia mínima 2 años. - Cursos de Relaciones humanas, Mercadotecnia, Administración y Computación. 	

CODIGO:	002
DEPARTAMENTO:	Asesor.
TITULO DEL PUESTO:	ASESOR JURÍDICO
SUPERIOR INMEDIATO:	Gerente.
SUBALTERNOS:	No se le designan subalternos
NATURALEZA DEL TRABAJO:	
- Asesorar a la empresa legalmente Funciones	
TAREAS TIPICAS:	
<ul style="list-style-type: none"> - Asesorar legalmente a la empresa - Elaborar los contratos de trabajo - Representar a la empresa en procesos judiciales. - Las demás actividades relacionadas a su área de trabajo 	
CARACTERISTICAS DE LA CLASE:	
<ul style="list-style-type: none"> - El puesto requiere de gran conocimiento, eficacia y responsabilidad con discreción en el desarrollo de sus funciones. - Establecer buenas relaciones con el Junta General de Accionistas de la empresa. 	
REQUISITOS MINIMOS:	
<ul style="list-style-type: none"> - Abogado en Jurisprudencia. - Cursos en derecho empresarial. - Curso de Relaciones Humanas. 	

CODIGO:	003
DEPARTAMENTO:	Administrativo.
TITULO DEL PUESTO:	SECRETARIA-CONTADORA.
SUPERIOR INMEDIATO:	Gerente.
SUBALTERNOS:	A partir de su nivel, todos.
NATURALEZA DEL TRABAJO:	
<ul style="list-style-type: none"> - Realiza las labores de secretaria, así como de asistente directa del Gerente de la empresa. 	
TAREAS TIPICAS:	
<ul style="list-style-type: none"> - Mantiene buenas relaciones interpersonales, tanto internas como externas. - Maneja datos e información confidencial de la empresa, tramita pedidos y órdenes del gerente. - Envía y recibe correspondencia de la empresa y mantiene la información administrativa al día. - Lleva los registros contables de la empresa. 	
CARACTERISTICAS DE LA CLASE:	
<ul style="list-style-type: none"> - El puesto requiere de gran conocimiento, eficacia y responsabilidad con discreción en el desarrollo de sus funciones. - Establece buenas relaciones con el personal de la empresa y público en general. 	
REQUISITOS MINIMOS:	
<ul style="list-style-type: none"> - Título de Secretaria Ejecutiva. - Cursos de secretariado. - Curso de Informática. - Curso de Relaciones Humanas. 	

CODIGO:	004
DEPARTAMENTO:	Producción.
TITULO DEL PUESTO:	OBREROS.
SUPERIOR INMEDIATO:	Gerente.
SUBALTERNOS:	A partir de su nivel, todos.
NATURALEZA DEL TRABAJO:	
<ul style="list-style-type: none"> - Organiza labores de producción y mantenimiento del equipo para el personal de obreros que trabajan en el departamento a su cargo. 	
TAREAS TIPICAS:	
<ul style="list-style-type: none"> - Cumplir las disposiciones emanadas de sus superiores. - Receipta la materia prima e insumos. - Controla los inventarios. - Organiza las actividades para ser desarrolladas en la planta. - Controla la ejecución de las tareas de cada uno de los miembros subalternos. - Realiza el control de calidad del producto terminado. 	
CARACTERISTICAS DE LA CLASE:	
<ul style="list-style-type: none"> - Requiere de actitud, iniciativa y concentración para organizar el trabajo de producción en su departamento. 	
REQUISITOS MINIMOS:	
<ul style="list-style-type: none"> - Título de Ingeniero en Industria Alimenticias. - Conocimiento del manejo de programas informáticos y de diseño. - Cursos de Relaciones Humanas. - Experiencia mínima 2 años. 	

Estudio Financiero

Las inversiones dentro del proyecto constituyen el tipo de recursos financieros que se requieren para la instalación y puesta en marcha del proyecto. Las inversiones del proyecto fueron estimadas a través de presupuestos elaborados con las diferentes cotizaciones del mercado y en las diferentes casas comerciales nacionales importadoras de equipo y maquinaria.

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

- Activos Fijos
- Activos Intangibles o Diferidos y,
- Activo Circulante o Capital de Trabajo.

ACTIVO FIJO.

Comprende las inversiones fijas sujetas a depreciación, y se generan en la instalación de la empresa.

Entre estos activos tenemos:

MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCION.

Constituye los diversos elementos tecnológicos a utilizarse en las actividades propias de producción, es el proceso fundamental para el proceso de transformación, se detalla a continuación:

ACTIVOS FIJOS.**Cuadro 44. Maquinaria y Equipo**

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Secador Rotatorio continuo	1	3.700,00	3.700,00
Filtro Bolsa	2	120,00	240,00
Elevador de cangiales	1	750,00	750,00
Prensa Hidráulica	1	2.800,00	2.800,00
Extractor de aceite	1	4.700,00	4.700,00
Molino	1	2.500,00	2.500,00
Equipo de destilación	1	2.100,00	2.100,00
Tanque de llenado	2	550,00	1.100,00
Tolva (para inyección del líquido)	2	900,00	1.800,00
Bomba	2	450,00	900,00
Faja Transportadora	4	250,00	1.000,00
Mesa de descascarado	2	420,00	840,00
TOTAL			22.430,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Al ser la maquinaria y equipo, activos fijos se tuvo que realizar su depreciación, la misma que se detalla a continuación:

Cuadro 45. Depreciación de Maquinaria y Equipo

VALOR DEL ACTIVO: 22.430,00				
AÑOS DE VIDA ÚTIL: 10				
DEPRECIACIÓN 10%				
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL.RES.	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	22.430,00	2.243,00		20.187,00
1	20.187,00		2.018,70	18.168,30
2	18.168,30		2.018,70	16.149,60
3	16.149,60		2.018,70	14.130,90
4	14.130,90		2.018,70	12.112,20
5	12.112,20		2.018,70	10.093,50
6	10.093,50		2.018,70	8.074,80
7	8.074,80		2.018,70	6.056,10
8	6.056,10		2.018,70	4.037,40
9	4.037,40		2.018,70	2.018,70
10	2.018,70		2.018,70	0,00

Fuente: Cuadro 44 **Elaborado por:** La Autora

Herramientas.- Son fundamentales para asistir en el proceso productivo, específicamente a la maquinaria y equipo.

Cuadro 46. Herramientas

Detalle	Cant.	Costo Unitario USD \$	Valor Total USD \$
Juego de Dados 14 Piezas	1	52,24	52,24
Juego de Llaves 12 Piezas	1	28,34	28,34
Juego de Destornilladores 10 Piezas	1	22,45	22,45
Gavetas Plásticas Grandes	6	15	90
Caja de herramientas Plástica	1	22,15	22,15
Balanza eléctrica	1	480	480
Total			695,18

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro 47. Depreciación de herramientas

VALOR DEL ACTIVO: 695,18 AÑOS DE VIDA ÚTIL: 10 DEPRECIACIÓN 10%				
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL.RES.	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	695,18	69,52		625,66
1	625,66		62,57	563,10
2	563,10		62,57	500,53
3	500,53		62,57	437,96
4	437,96		62,57	375,40
5	375,40		62,57	312,83
6	312,83		62,57	250,26
7	250,26		62,57	187,70
8	187,70		62,57	125,13
9	125,13		62,57	62,57
10	62,57		62,57	0,00

Fuente: Cuadro 46

Elaborado por: La Autora

Adecuaciones e Instalaciones.- Se ha visto necesario realizar adecuaciones e instalaciones para el funcionamiento y operatividad de esta empresa, de tal forma que se realizó la asignación de los espacios adecuados para el proceso de producción y venta. De igual manera se realizó la depreciación de este activo.

Cuadro 48. Adecuaciones e Instalaciones

Descripción	Costo
Instalaciones Eléctricas.	1.650,00
Instalación y Montaje de Maquinaria y Equipo.	2.100,00
Divisores de Espacios.	3.200,00
Pintura de Oficinas Administrativas.	1.350,00
TOTAL	8.300,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro 49. Depreciación de Adecuaciones e Instalaciones

VALOR DEL ACTIVO: 8.300,00				
AÑOS DE VIDA ÚTIL: 10				
DEPRECIACIÓN 10%				
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL.RES.	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	8.300,00	830		7.470,00
1	7.470,00		747,00	6.723,00
2	6.723,00		747,00	5.976,00
3	5.976,00		747,00	5.229,00
4	5.229,00		747,00	4.482,00
5	4.482,00		747,00	3.735,00
6	3.735,00		747,00	2.988,00
7	2.988,00		747,00	2.241,00
8	2.241,00		747,00	1.494,00
9	1.494,00		747,00	747,00
10	747,00		747,00	0,00

Fuente: Cuadro 48

Elaborado por: La Autora

Mobiliario de Oficina: Se relaciona con muebles asignados a las diferentes dependencias con que cuenta la empresa. Se detalla además la depreciación de este activo fijo.

Cuadro 50. Muebles de Oficina

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Escritorio.	4	250,00	1.000,00
Sillas giratorias.	4	120,00	480,00
Estanterías (2mx6m).	4	420,00	1.680,00
Anaqueles.	4	180,00	720,00
Muebles aéreos.	4	130,00	520,00
Mesa de reuniones.	1	650,00	650,00
Sillas Plásticas.	12	40,00	480,00
TOTAL			5.530,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro 51. Depreciación de Muebles de Oficina

VALOR DEL ACTIVO: 5.530,00				
AÑOS DE VIDA ÚTIL: 10				
DEPRECIACIÓN 10%				
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL.RES.	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	5.530,00	553		4.977,00
1	4.977,00		497,7	3.414,15
2	4.479,30		497,7	3.034,80
3	3.981,60		497,7	2.655,45
4	3.483,90		497,7	2.276,10
5	2.986,20		497,7	1.896,75
6	2.488,50		497,7	1.517,40
7	1.990,80		497,7	1.138,05
8	1.493,10		497,7	758,7
9	995,40		497,7	379,35
10	497,70		497,7	0

Fuente: Cuadro 50

Elaborado por: La Autora

Equipo de Computación: Se adquirirán 3 computadores de escritorio con sus respectivas impresoras y una portátil para reuniones.

Cuadro 52. Equipo de Computación

Descripción	Cant.	Costo U.	Costo Total
Computadores de escritorio DELL.	4	720	2.880,00
Impresoras.	4	150	600,00
Portátil.	1	850	850,00
TOTAL			4.330,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro 53. Depreciación de Equipos de Computación

VALOR DEL ACTIVO: 4.330,00 AÑOS DE VIDA ÚTIL: 3 DEPRECIACIÓN 33,33%				
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL.RES.	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	3.154,90	1051,53		2.103,37
1	2.103,37		701,124	1.402,25
2	1.402,25		701,124	701,12
3	701,12		701,124	0,00

Fuente: Cuadro 52

Elaborado por: La Autora

Cuadro 54. Proyección de Equipo de Computación

AÑOS	Incrementado (Inflación 2016) 1,12%
1	4.330,00
2	4.378,50
3	4.427,54
4	4.477,12
5	4.527,27
6	4.577,97
7	4.629,25
8	4.681,09
9	4.733,52
10	4.786,54

Fuente: Cuadro 54

Elaborado por: La Autora

Cuadro 55. Depreciación del segundo equipo de computación

VALOR DEL ACTIVO:		4.477,12		
AÑOS DE VIDA ÚTIL:		3		
DEPRECIACIÓN		33,33%		
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL.RES.	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	4.477,12	1492,23		2.984,90
1	2.984,90		994,966	1.989,93
2	1.989,93		994,966	994,97
3	994,97		994,966	0,00

Fuente: Cuadro 54

Elaborado por: La Autora

Cuadro 56. Depreciación del tercer equipo de computación

VALOR DEL ACTIVO:		4.629,25		
AÑOS DE VIDA ÚTIL:		3		
DEPRECIACIÓN		33,33%		
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL.RES.	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	4.629,25	1542,93		3.086,32
1	3.086,32		1028,773	2.057,55
2	2.057,55		1028,773	1.028,77
3	1.028,77		1028,773	0,00

Fuente: Cuadro 54

Elaborado por: La Autora

Cuadro 57. Depreciación del cuarto equipo de computación

VALOR DEL ACTIVO:		4.786,54		
AÑOS DE VIDA ÚTIL:		3		
DEPRECIACIÓN		33,33%		
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL.RES.	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	4.786,54	1595,35		3.191,18
1	3.191,18		1063,728	2.127,46
2	2.127,46		1063,728	1.063,73
3	1.063,73		1063,728	0,00

Fuente: Cuadro 54

Elaborado por: La Autora

Equipo de Oficina: Constituye los diversos instrumentos a utilizarse en el área administrativa de la empresa. También se detalla la depreciación respectiva.

Cuadro 58. Equipo de Oficina

Descripción	Cant.	Costo U.	Costo Total
Teléfono inalámbrico Panasonic.	4	75	300
Plasma	1	450	450
Proyector.	1	750	750
Central Telefónica.	1	380	380
Sumadora	4	35	140
Grapadora	4	8	32
Perforadora	4	10	40
TOTAL			2.092,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro 59. Depreciación de Equipos de Oficina

VALOR DEL ACTIVO: 2.092,00				
AÑOS DE VIDA ÚTIL: 10				
DEPRECIACIÓN 10%				
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL.RES.	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	2.092,00	209,2		1.882,80
1	1.882,80		188,28	1.694,52
2	1.694,52		188,28	1.506,24
3	1.506,24		188,28	1.317,96
4	1.317,96		188,28	1.129,68
5	1.129,68		188,28	941,40
6	941,40		188,28	753,12
7	753,12		188,28	564,84
8	564,84		188,28	376,56
9	376,56		188,28	188,28
10	188,28		188,28	0,00

Fuente: Cuadro 58

Elaborado por: La Autora

VEHICULO.

Para el transporte de mercadería y ventas se considera adquirir un vehículo. Se detalla a continuación:

Cuadro 60. Vehículo

Descripción	Cant.	Precio Unit.	Costo Total
Camión Chevrolet nuevo.	1	14.200,00	14.200,00
	TOTAL		14.200,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro 61. Depreciación de vehículo

VALOR DEL ACTIVO:		14.200,00		
AÑOS DE VIDA ÚTIL:		5		
DEPRECIACIÓN		20%		
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL.RES.	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	14.200,00	2.840,00		11.360,00
1	11.360,00		2.272,00	9.088,00
2	13.632,00		2.272,00	6.816,00
3	10.224,00		2.272,00	4.544,00
4	6.816,00		2.272,00	2.272,00
5	3.408,00		2.272,00	0,00

Fuente: Cuadro 60

Elaborado por: La Autora

Cuadro 62. Proyección de Vehículo

AÑOS	Incrementado (Inflación 2016) 1,12%
1	14.200,00
2	14.359,04
3	14.519,86
4	14.682,48
5	14.846,93
6	15.013,21
7	15.181,36
8	15.351,39
9	15.523,33
10	15.697,19

Fuente: Cuadro 60

Elaborado por: La Autora

Cuadro 63. Depreciación del segundo vehículo

VALOR DEL ACTIVO: 15.013,21				
AÑOS DE VIDA ÚTIL: 5				
DEPRECIACIÓN 20%				
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL.RES.	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	15.013,21	3.002,64		12.010,57
1	12.010,57		2.402,11	9.608,46
2	13.632,00		2.402,11	7.206,34
3	10.224,00		2.402,11	4.804,23
4	6.816,00		2.402,11	2.402,11
5	3.408,00		2.402,11	0,00

Fuente: Cuadro 62

Elaborado por: La Autora

Imprevistos.- En este estudio se consideró un 5% de imprevistos, debido a que puede darse una fluctuación en los precios.

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

Cuadro 64. Resumen de Inversiones en Activos Fijos

Activo	Cuadro Nº	VALOR
Maquinaria y Equipo.	44	22.430,00
Herramientas	46	695,18
Adecuaciones e Instalaciones.	48	8.300,00
Muebles de oficina	50	5.530,00
Equipos de Computación.	52	4.330,00
Equipos de Oficina.	58	2.092,00
Vehículo.	60	14.200,00
Imprevistos 5%		2.878,86
TOTAL		60.456,04

Fuente: Cuadros, 44, 46, 48, 50, 52, 58 y 60

Elaborado por: La Autora

Cuadro 65. Resumen de depreciaciones

Activo	Años									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Maquinaria y Equipo.	2.018,70	2.018,70	2.018,70	2.018,70	2.018,70	2.018,70	2.018,70	2.018,70	2.018,70	2.018,70
Herramientas	62,57	62,57	62,57	62,57	62,57	62,57	62,57	62,57	62,57	62,57
Adecuaciones e Instalaciones.	747,00	747,00	747,00	747,00	747,00	747,00	747,00	747,00	747,00	747,00
Muebles de Oficina	497,70	497,70	497,70	497,70	497,70	497,70	497,70	497,70	497,70	497,70
Equipos de Computación.	701,12	701,12	701,12	994,97	994,97	994,97	1028,77	1028,77	1028,77	1063,73
Equipos de Oficina.	188,28	188,28	188,28	188,28	188,28	188,28	188,28	188,28	188,28	188,28
Vehículo.	2.272,00	2.272,00	2272	2272	2272	2.402,11	2.402,11	2402,114096	2402,11	2402,11
TOTAL	6.488,37	6.489,37	6.490,37	6.785,21	6.786,21	6.917,33	6.952,13	6.953,13	6.954,13	6.990,09

Fuente: Cuadros, 45, 47, 49, 51, 53, 55, 56, 57, 59, 61 y 63

Elaborado por: La Autora

Cuadro 66. Resumen de valores residuales

Activo	Años				
	3	5	6	9	10
Maquinaria y Equipo.					2.243,00
Herramientas					69,52
Adecuaciones e Instalaciones.					830,00
Mobiliario.					553,00
Equipos de Computación.	1.051,53		1.492,23	1.542,93	1.595,35
Equipos de Oficina.					209,20
Vehículo.		2.840,00			3.002,64
TOTAL	1.051,53	2.840,00	1.492,23	1.542,93	8.502,71

Fuente: Cuadros, 45, 47, 49, 51, 53, 55, 56, 57, 59, 61 y 63

Elaborado por: La Autora

ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS.

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

Cuadro 67. Inversiones en Activo Diferido

Activo	Valor
Registro Mercantil.	200,00
Abogado y Minutas.	100,00
Certificación Municipal (Patentes)	180,00
Permiso del Cuerpo de Bomberos.	126,00
Registro Sanitario.	200,00
Elaboración del plano de la planta	400,00
Estudio de Factibilidad.	600,00
Imprevistos 5%.	70,30
TOTAL	1.876,30

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro 68. Amortización del activo diferido

Años	Val. Act. Dif.	Amortización	Val. Total
1	1.876,30	187,63	1.688,67
2	1.688,67	187,63	1.501,04
3	1.501,04	187,63	1.313,41
4	1.313,41	187,63	1.125,78
5	1.125,78	187,63	938,15
6	938,15	187,63	750,52
7	750,52	187,63	562,89
8	562,89	187,63	375,26
9	375,26	187,63	187,63
10	187,63	187,63	0,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Este estudio está proyectado a diez años, por lo tanto la amortización de este activo, está detallado de la siguiente forma:

ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO.

Rubro que se usa para el correcto funcionamiento de una empresa, el capital de trabajo previsto para el presente proyecto se prevé para un mes. Por consiguiente se procede a calcular los diferentes rubros de gastos.

GASTOS DE PRODUCCIÓN.

Materia Prima Directa.

La producción inicia con una selección de nuestra principal materia prima que es el aguacate. Para producir el aceite se requiere de la masa o pulpa del aguacate que se extraen del mismo. El costo de un aguacate es de 0.18 dólar cada uno al comprar al por mayor. Para cada proceso de 100 por dos procesos de frascos de 750 ml. Por cada unidad de 750 ml se requieren de aguacate, es decir que para producir las 50.800 unidades de 750 ml., se requieren 105.600 aguacates, multiplicado por USD 0,18; se calcula un costos total de materia prima al año de USD 19.008,00.

Cuadro 69. Materia Prima Directa

Descripción	Medida	Capacidad utilizada (750ml.)	Requerimiento de unidades (aguacate) / Unidad de 750ml.	Requerimiento anual / unidades (aguacates)	Costo Unitario	Costo Anual
Aguacates	Unidad	50.160	2	105.600,00	\$ 0,18	\$ 19.008,00
TOTAL						\$ 19.008,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro 70. Proyección de materia prima directa

AÑOS	Incrementado (Inflación 2016)
	1,12%
1	19.008,00
2	19.220,89
3	19.436,16
4	19.653,85
5	19.873,97
6	20.096,56
7	20.321,64
8	20.549,24
9	20.779,40
10	21.012,12

Fuente: Cuadro 69

Elaborado por: La Autora

MATERIALES INDIRECTOS.

Para determinar el costo de material del envasado se hace necesario establecer el número de unidades en frascos de 750 ml. a comercializar, conforme lo establecido en los resultados de estudio de mercado.

Cuadro 71. Materiales Indirectos

Descripción	Precio Unitario	Cantidad anual	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
Envases 750 ml	0,10	50.800	440,00	5.280,00
Etiquetas Adhesivas	0,01	50.800	44,00	528,00
Tapas	0,02	50.800	88,00	1056,00
TOTAL			572,00	6.864,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Cuadro 72. Proyección de materiales indirectos

AÑOS	Incrementado (Inflación 2016)
	1,12%
1	6.864,00
2	6.940,88
3	7.018,61
4	7.097,22
5	7.176,71
6	7.257,09
7	7.338,37
8	7.420,56
9	7.503,67
10	7.587,71

Fuente: Cuadro 71
Elaborado por: La Autora

Mano de Obra Directa: Para este proyecto la mano de obra directa la constituirán los dos obreros que se encargarán de la producción del aceite de aguacate. Percibirán un sueldo básico de \$375,00 más los beneficios de ley, a partir del segundo año se cancelará además los fondos de reserva.

Cuadro 73. Presupuesto de mano de obra directa

DENOMINACIÓN	Año 1	Año 2
	VALORES	VALORES + (2,93%)
Sueldo Básico Unificado	375,00	385,99
Décimo Tercero	31,25	32,17
Décimo Cuarto	31,25	32,17
Vacaciones	15,63	16,08
Aporte Patronal IESS 12,15%	45,56	46,90
Fondos de Reserva		32,17
Total	498,69	545,46
Nº de Empleados Operativos	2	2
Total Mensual	997,38	1.090,93
Total Anual	11.968,50	13.091,15

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro 74. Proyección de mano de obra directa

AÑOS	Incrementado (Inflación 2016)
	2,93%
1	11.968,50
2	13091,15
3	13474,72
4	13869,53
5	14275,91
6	14694,19
7	15124,73
8	15567,89
9	16024,03
10	16493,53

Fuente: Cuadro 73

Elaborado por: La Autora

Mano de Obra Indirecta: Para este proyecto la mano de obra indirecta la constituirá el jefe de producción que supervisará el proceso de producción y el chofer-vendedor que se encargará de la distribución y venta del aceite de aguacate.

Cuadro 75. Presupuesto mano de obra indirecta

DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2
	VALORES	VALORES + (2,93)
Sueldo Básico Unificado	400,00	411,72
Décimo Tercero	33,33	34,31
Décimo Cuarto	31,25	32,17
Vacaciones	16,67	17,16
Aporte Patronal IESS 12,15%	48,60	50,02
Fondos de Reserva		34,31
Total	529,85	579,68
Nº de Empleados Operativos	1	1
Total Mensual	529,85	579,68
Total Anual	6.358,20	6.959,22

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro 76. Proyección de mano de obra indirecta

AÑOS	Incrementado (Inflación 2016)
	2,93%
1	6358,20
2	6956,22
3	7160,03
4	7369,82
5	7585,76
6	7808,02
7	8036,79
8	8272,27
9	8514,65
10	8764,13

Fuente: Cuadro 75

Elaborado por: La Autora

Cuadro 77. Costos de producción resumen

Denominación	Valor Mensual	Valor Anual
Materia Prima Directa	1.650	19.008,00
Materiales Indirectos	572,00	6.864,00
Mano de Obra Directa	997,38	11.968,50
Mano de Obra Indirecta	529,85	6.358,20
TOTAL	3.749,23	44.198,70

Fuente: Cuadros 69, 71, 73 y 75

Elaborado por: La Autora

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Útiles de oficina: Se estimó que estos son los útiles de oficina más necesarios para realizar el trabajo diario.

Cuadro 78. Presupuesto para útiles de oficina

DENOMINACIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Resma de papel tamaño oficina	4	3,6	14,40
Caja de esferos	4	3	12,00
Caja de correctores	1	6	6,00
Caja de lápiz	1	2	2,00
Caja de Grapas	4	1,5	6,00
Carpetas Archivadoras	4	2	8,00
TOTAL MENSUAL			48,40
TOTAL ANUAL			580,8

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro 79. Proyección de útiles de oficina

AÑOS	Incrementado (Inflación 2016)
	1,12%
1	580,8
2	587,30
3	593,88
4	600,53
5	607,26
6	614,06
7	620,94
8	627,89
9	634,93
10	642,04

Fuente: Cuadros 78

Elaborado por: La Autora

Materiales de Limpieza: Todos los siguientes materiales se consideraron básicos para mantener el local limpio.

Cuadro 80. Presupuesto para materiales de limpieza

DENOMINACIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escoba	1	2	2,00
Trapeador	1	2,5	2,50
Recogedor de Basura	2	2,9	5,80
Franelas para limpieza	8	1	8,00
Baldes	3	4,25	12,75
TOTAL MENSUAL			31,05
TOTAL ANUAL			372,6

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro 81. Proyección de materiales de oficina

AÑOS	Incrementado (Inflación 2016)
	1,12%
1	372,60
2	376,77
3	380,99
4	385,26
5	389,58
6	393,94
7	398,35
8	402,81
9	407,32
10	411,89

Fuente: Cuadro 80

Elaborado por: La Autora

Sueldos Administrativos.- Están considerados los sueldos del gerente, secretaria-contadora y guardián, más los beneficios de ley, para el segundo año se cancelarán los fondos de reserva.

Cuadro 82. Presupuesto para sueldos administrativos

RUBROS	Año 1			Año 2 + (2,93%)			Total	
	GERENTE	SECRETARIA - CONTADORA	GUARDIAN	GERENTE	SECRETARIA- CONTADORA	GUARDIAN	Año 1	Año 2
Sueldo Básico Unificado	600,00	450,00	375,00	617,58	463,19	385,99	1.425,00	1.466,75
Décimo Tercero	50,00	37,50	31,25	51,47	38,60	32,17	118,75	122,23
Décimo Cuarto	31,25	31,25	31,25	32,17	32,17	32,17	93,75	96,50
Vacaciones	25,00	18,75	15,63	25,73	19,30	16,08	59,38	61,11
Aporte Patronal IESS 12,15%	72,90	54,68	45,56	75,04	56,28	46,90	173,14	178,21
Fondos de Reserva				51,44	38,58	32,15	-	122,18
Total Mensual	779,15	592,18	498,69	853,42	648,11	545,45	1.870,01	2.046,98
Total Anual	9.349,80	7.106,10	5.984,25	10.241,08	7.777,31	6.545,42	22.440,15	24.563,82

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro 83. Proyección de sueldos administrativos

AÑOS	Incrementado (Inflación 2016)
	2,93%
1	22.440,15
2	24.563,82
3	25.283,54
4	26.024,34
5	26.786,86
6	27.571,71
7	28.379,56
8	29.211,09
9	30.066,97
10	30.947,93

Fuente: Cuadro 82

Elaborado por: La Autora

Consumo de Agua: La empresa hará uso de agua para el baño, uso de limpieza en el local y limpieza de la materia prima.

Cuadro 84. Presupuesto para consumo de agua

Denominación	CANT. m ³	Val. Unitario	Val. Mensual	Val. Anual
Consumo	120	0,26	31,2	374,4
TOTAL			31,2	374,4

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro 85. Proyección de agua potable

AÑOS	Incrementado (Inflación 2016)
	1,12%
1	374,40
2	378,59
3	382,83
4	387,12
5	391,46
6	395,84
7	400,27
8	404,76
9	409,29
10	413,88

Fuente: Cuadro 86

Elaborado por: La Autora

El total del consumo de agua se lo prorrateará, en un 2% a gastos administrativos y en un 98% para gastos de producción, por lo tanto los valores por consumo quedarían de la siguiente manera:

Cuadro 86. Prorrateo de consumo de agua

AÑOS	Valor total consumo	Gasto Administrativo		Gasto de Producción	
	100%	2%		98%	
	Total	Anual	Mensual	Anual	Mensual
1	374,40	7,49	0,62	366,91	30,58
2	378,59	7,57	0,63	371,02	30,92
3	382,83	7,66	0,64	375,18	31,26
4	387,12	7,74	0,65	379,38	31,61
5	391,46	7,83	0,65	383,63	31,97
6	395,84	7,92	0,66	387,92	32,33
7	400,27	8,01	0,67	392,27	32,69
8	404,76	8,10	0,67	396,66	33,06
9	409,29	8,19	0,68	401,11	33,43
10	413,88	8,28	0,69	405,60	33,80

Fuente: Cuadro 85

Elaborado por: La Autora

Consumo de Energía Eléctrica.- Mediante asesoramiento profesional de un ingeniero eléctrico se pudo determinar que se utilizará en esta empresa, unos 65kw/h al día. A continuación el detalle:

Cuadro 87. Presupuesto para consumo de energía eléctrica

DENOMINACIÓN	CANT. (kw/h)	Precio Diario	Valor Diario	Valor Mensual	Valor Anual
Energía eléctrica	60	0,08	4,8	144,00	1.728,00
TOTAL				144,00	1.728,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro 88. Proyección de consumo de energía eléctrica

AÑOS	Incrementado (Inflación 2016)
	1,12%
1	1.728,00
2	1.747,35
3	1.766,92
4	1.786,71
5	1.806,72
6	1.826,96
7	1.847,42
8	1.868,11
9	1.889,04
10	1.910,19

Fuente: Cuadro 87

Elaborado por: La Autora

El total del consumo de energía eléctrica se lo prorrateará, en un 2% a gastos administrativos y en un 98% para gastos de producción, por lo tanto los valores por consumo quedarían de la siguiente manera:

Cuadro 89. Prorrateo de consumo de energía eléctrica

AÑOS	Valor total de consumo	Gasto Administrativo		Gasto de Producción	
	100%	2%		98%	
	Total	Anual	Mensual	Anual	Mensual
1	1.728,00	34,56	2,88	1.693,44	141,12
2	1.747,35	34,95	2,91	1.712,41	142,70
3	1.766,92	35,34	2,94	1.731,59	144,30
4	1.786,71	35,73	2,98	1.750,98	145,91
5	1.806,72	36,13	3,01	1.770,59	147,55
6	1.826,96	36,54	3,04	1.790,42	149,20
7	1.847,42	36,95	3,08	1.810,47	150,87
8	1.868,11	37,36	3,11	1.830,75	152,56
9	1.889,04	37,78	3,15	1.851,26	154,27
10	1.910,19	38,20	3,18	1.871,99	156,00

Fuente: Cuadro 88

Elaborado por: La Autora

Consumo de Teléfono.- Se ha considerado que el consumo será de unos 1.200 minutos al mes aproximadamente

Cuadro 90. Presupuesto para consumo de teléfono

Denominación	CANT. Minutos	Val. Unitario	Val. Mensual	Val. Anual
Telefonía	1.200,00	0,05	60,00	720,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro 91. Proyección de consumo de teléfono

AÑOS	Incrementado (Inflación 2016)
	1,12%
1	720,00
2	728,06
3	736,22
4	744,46
5	752,80
6	761,23
7	769,76
8	778,38
9	787,10
10	795,91

Fuente: Cuadro 90

Elaborado por: La Autora

Cuadro 92. Presupuesto para arriendo

Denominación	Unidad	Mes	Anual
Arriendo de Local	Local	1.000,00	12.000,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro 93. Proyección de arriendo

AÑOS	Incrementado (Inflación 2016)
	1,12%
1	12.000,00
2	12.134,40
3	12.270,31
4	12.407,73
5	12.546,70
6	12.687,22
7	12.829,32
8	12.973,01
9	13.118,31
10	13.265,23

Fuente: Cuadro 92

Elaborado por: La Autora

Cuadro 94. Gastos administrativos resumen

Denominación	Valor Mensual	Valor Anual
Útiles de Oficina	48,40	580,80
Materiales de Limpieza	2,59	31,05
Sueldos Administrativos	1.870,01	22.440,15
Agua Potable	31,20	374,40
Energía Eléctrica	144,00	1.728,00
Teléfono	60,00	720,00
Gasto de arriendo	\$1.000,00	\$12.000,00
TOTAL	3.156,20	37.874,40

Fuente: Cuadros, 78, 80, 82, 84, 87, 90, 92

Elaborado por: La Autora

GASTOS DE VENTAS

Publicidad.- Se ha considerado realizar cuñas radiales publicitarias y anuncios en prensa durante un lapso de 12 meses.

Cuadro 95. Presupuesto para publicidad

Denominación	Tiempo (meses)	Val. Mensual	Val. Anual
Publicidad cuña radial	12	77	924
Anuncio en Prensa	12	30	360
TOTAL		107	1.284

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro 96. Proyección de publicidad

AÑOS	Incrementado (Inflación 2016)
	1,12%
1	1284,00
2	1298,38
3	1312,92
4	1327,63
5	1342,50
6	1357,53
7	1372,74
8	1388,11
9	1403,66
10	1419,38

Fuente: Cuadro 95

Elaborado por: La Autora

Combustible y Lubricantes.- Para la comercialización que se realizará los fines de semana, se considera un costo promedio de \$150 dólares para combustible diésel. Para lubricantes por concepto de mantenimiento se estima un costo de \$15 dólares mensuales. A continuación el detalle:

Cuadro 97. Presupuesto para combustibles y lubricantes

Denominación	Valor Mensual	Valor Anual
Combustible Diésel	150	1.800,00
Lubricantes	30	360
TOTAL	180	2.160,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro 98. Proyección de combustibles y lubricantes

AÑOS	Incrementado (Inflación 2016)
	1,12%
1	2.160,00
2	2.184,19
3	2.208,65
4	2.233,39
5	2.258,41
6	2.283,70
7	2.309,28
8	2.335,14
9	2.361,29
10	2.387,74

Fuente: Cuadro 97

Elaborado por: La Autora

Cuadro 99. Resumen gastos de venta

Denominación	Valor Mensual	Valor Anual
Publicidad	107,00	1.284,00
Combustible y Lubricantes	180,00	2.160,00
TOTAL	287,00	3.444,00

Fuente: Cuadro 97 y 97

Elaborado por: La Autora

A continuación se detalla el total de los activos circulantes mensual y anual

Cuadro N° 78

Activo circulante	Cuadro N°	Val. Mensual	Val. Anual
GASTOS DE PRODUCCIÓN			
Materia Prima	77	1.650,00	19.008,00
Materiales Indirectos	77	572,00	6.864,00
Mano de Obra Directa	77	997,38	11.968,50
Mano de Obra Indirecta	77	529,85	6.358,20
Agua Potable	77	30,58	366,91
Energía Eléctrica	77	141,12	1.693,44
TOTAL DE GASTOS DE PRODUCCIÓN		2.270,92	46.259,05
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			
Útiles de Oficina	94	48,40	580,80
Materiales de Limpieza	94	2,59	31,05
Sueldos Administrativos	94	1.870,01	22.440,15
Agua Potable	94	0,62	7,49
Energía Eléctrica	94	2,88	34,56
Teléfono	94	60,00	720,00
Arriendo	94	1.000,00	12.000,00
TOTAL DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		2.984,50	35.814,05
GASTOS DE VENTA			
Publicidad	99	107,00	1.284,00
Combustible y Lubricantes	99	180,00	2.160,00
TOTAL DE GASTOS DE VENTA		287,00	3.444,00
Imprevistos 5%		277,12	4.275,86
TOTAL		5.819,55	89.792,96

Fuente: Cuadro, 77, 94 y 99

Elaborado por: La Autora

RESUMEN DE INVERSIÓN TOTAL PREVISTA

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

Cuadro 100. Resumen de la inversión

RUBRO	MONTO	
ACTIVOS FIJOS		
Maquinaria y Equipo	22.430,00	89,23%
Herramientas	695,18	
Adecuaciones e Instalaciones	8.300,00	
Mobiliario de Oficina	5.530,00	
Equipos de Computación	4.330,00	
Equipos de Oficina	2.092,00	
Vehículo	14.200,00	
Imprevistos 5%	2.878,86	
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	60.456,04	
ACTIVOS DIFERIDOS		
Proyecto de Factibilidad	600,00	2,18%
Certificación Municipal (Patentes)	180,00	
Registro Mercantil	200,00	
Abogado y Minutas	100,00	
Registro Sanitario	200,00	
Permiso del Cuerpo de Bomberos	126,00	
Imprevistos 5%	70,30	
TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS	1.476,30	
ACTIVOS CIRCULANTES		
Gastos de Producción	2.270,92	8,59%
Gastos de Administración	2.984,50	
Gastos de Venta	287,00	
Imprevistos 5%	277,12	
TOTAL DE ACTIVOS CIRCULANTES	5.819,55	
TOTAL DE LA INVERSIÓN	67.751,89	100%

Fuente: Cuadro 64, 67 y 77

Elaborado por: La Autora

FINANCIAMIENTO

Para financiar el monto de la inversión se hará uso de las fuentes internas y externas de financiamiento bajo los siguientes aspectos:

Cuadro 101. Fuentes de financiamiento

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
Crédito	39.296,09	58,00%
Capital Social	28.455,79	42,00%
TOTAL	67.751,89	100%

Fuente: Cuadro 100

Elaborado por: La Autora

Fuentes Internas

El 42% del total de la inversión que corresponde a \$ 28.455,79 será financiado con aportaciones de los socios.

Fuentes Externas

El crédito que mantendrá el proyecto con el Banco del Estado constituirá el 58% del monto total de la inversión y corresponde a \$ 39.296,09

Cuadro 102. Tabla de amortización

MONTO:	39.296,09		MES DE GRACIA:	0		
TASA INTERES:	12,00%					
PLAZO:	60		INICIO			
TIPO AMORTIZAC.	FRANCESA		FIN			
CUOTA:	MENSUAL		FORMA DE PAGO:		MENSUAL	
SEGURO DE DESG.	0,035%					
Div.	FEC.PAG	SALDO CAP.	CAPITAL	INTERES	DESGRAV.	CUOTA
1	02/02/2016	39.296,09	481,16	392,96	13,75	887,87
2	02/03/2016	38.814,93	485,97	388,15	13,59	887,71
3	02/04/2016	38.328,96	490,83	383,29	13,42	887,54
4	02/05/2016	37.838,13	495,74	378,38	13,24	887,36
5	02/06/2016	37.342,40	500,70	373,42	13,07	887,19
6	02/07/2016	36.841,70	505,70	368,42	12,89	887,01
7	02/08/2016	36.336,00	510,76	363,36	12,72	886,84
8	02/09/2016	35.825,24	515,87	358,25	12,54	886,66
9	02/10/2016	35.309,37	521,03	353,09	12,36	886,48
10	02/11/2016	34.788,34	526,24	347,88	12,18	886,30
11	02/12/2016	34.262,11	531,50	342,62	11,99	886,11
12	02/01/2017	33.730,61	536,81	337,31	11,81	885,93
TOTAL AÑO 1			6.102,30	4.387,14	153,55	10.642,99
13	02/02/2017	33.193,79	542,18	331,94	11,62	885,74
14	02/03/2017	32.651,61	547,60	326,52	11,43	885,55
15	02/04/2017	32.104,01	553,08	321,04	11,24	885,36
16	02/05/2017	31.550,93	558,61	315,51	11,04	885,16
17	02/06/2017	30.992,32	564,20	309,92	10,85	884,97
18	02/07/2017	30.428,12	569,84	304,28	10,65	884,77
19	02/08/2017	29.858,28	575,54	298,58	10,45	884,57
20	02/09/2017	29.282,74	581,29	292,83	10,25	884,37
21	02/10/2017	28.701,45	587,11	287,01	10,05	884,17
22	02/11/2017	28.114,35	592,98	281,14	9,84	883,96
23	02/12/2017	27.521,37	598,91	275,21	9,63	883,75
24	02/01/2018	26.922,46	604,90	269,22	9,42	883,54
TOTAL AÑO 2			6.876,22	3.613,21	126,46	10.615,90
25	02/02/2018	26.317,57	610,94	263,18	9,21	883,33
26	02/03/2018	25.706,62	617,05	257,07	9,00	883,12
27	02/04/2018	25.089,57	623,22	250,90	8,78	882,90
28	02/05/2018	24.466,35	629,46	244,66	8,56	882,68
29	02/06/2018	23.836,89	635,75	238,37	8,34	882,46
30	02/07/2018	23.201,14	642,11	232,01	8,12	882,24
31	02/08/2018	22.559,03	648,53	225,59	7,90	882,02

32	02/09/2018	21.910,50	655,01	219,11	7,67	881,79
33	02/10/2018	21.255,49	661,57	212,55	7,44	881,56
34	02/11/2018	20.593,92	668,18	205,94	7,21	881,33
35	02/12/2018	19.925,74	674,86	199,26	6,97	881,09
36	02/01/2019	19.250,88	681,61	192,51	6,74	880,86
TOTAL AÑO 3			7.748,30	2.741,14	95,94	10.585,38
37	02/02/2019	18.569,27	688,43	185,69	6,50	880,62
38	02/03/2019	17.880,84	695,31	178,81	6,26	880,38
39	02/04/2019	17.185,53	702,26	171,86	6,01	880,13
40	02/05/2019	16.483,26	709,29	164,83	5,77	879,89
41	02/06/2019	15.773,98	716,38	157,74	5,52	879,64
42	02/07/2019	15.057,60	723,54	150,58	5,27	879,39
43	02/08/2019	14.334,05	730,78	143,34	5,02	879,14
44	02/09/2019	13.603,27	738,09	136,03	4,76	878,88
45	02/10/2019	12.865,19	745,47	128,65	4,50	878,62
46	02/11/2019	12.119,72	752,92	121,20	4,24	878,36
47	02/12/2019	11.366,80	760,45	113,67	3,98	878,10
48	02/01/2020	10.606,34	768,06	106,06	3,71	877,83
TOTAL AÑO 4			8.730,98	1.758,46	61,55	10.550,98
49	02/02/2020	9.838,29	775,74	98,38	3,44	877,56
50	02/03/2020	9.062,55	783,49	90,63	3,17	877,29
51	02/04/2020	8.279,06	791,33	82,79	2,90	877,02
52	02/05/2020	7.487,73	799,24	74,88	2,62	876,74
53	02/06/2020	6.688,48	807,24	66,88	2,34	876,46
54	02/07/2020	5.881,25	815,31	58,81	2,06	876,18
55	02/08/2020	5.065,94	823,46	50,66	1,77	875,89
56	02/09/2020	4.242,48	831,70	42,42	1,48	875,60
57	02/10/2020	3.410,79	840,01	34,11	1,19	875,31
58	02/11/2020	2.570,77	848,41	25,71	0,90	875,02
59	02/12/2020	1.722,36	856,90	17,22	0,60	874,72
60	02/01/2021	865,47	865,47	8,65	0,30	874,42
TOTAL AÑO 5			9.838,29	651,15	22,79	10.512,23
TOTAL 5 AÑOS			39.296,09	13.151,10	460,29	52.907,48

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro 103. Presupuesto de operación con proyección anual

COSTO PRIMO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Materia prima directa	19.008,00	19.220,89	19.436,16	19.653,85	19.873,97	20.096,56	20.321,64	20.549,24	20.779,40	21.012,12
Mano de obra directa	11.968,50	13.091,15	13.474,72	13.869,53	14.275,91	14.694,19	15.124,73	15.567,89	16.024,03	16.493,53
Mano de obra indirecta	6.358,20	6.956,22	7.160,03	7.369,82	7.585,76	7.808,02	8.036,79	8.272,27	8.514,65	8.764,13
TOTAL COSTO PRIMO	37.334,70	39.268,26	40.070,92	40.893,20	41.735,64	42.598,77	43.483,17	44.389,41	45.318,07	46.269,79
COSTO INDIRECTOS										
Depreciación de Maq. y Eq.	2.018,70	2.018,70	2.018,70	2.018,70	2.018,70	2.018,70	2.018,70	2.018,70	2.018,70	2.018,70
Depreciación de herramientas	62,57	62,57	62,57	62,57	62,57	62,57	62,57	62,57	62,57	62,57
Materiales indirectos	6.864,00	6.940,88	7.018,61	7.097,22	7.176,71	7.257,09	7.338,37	7.420,56	7.503,67	7.587,71
Depreciación de instalaciones	747,00	747,00	747,00	747,00	747,00	747,00	747,00	747,00	747,00	747,00
Energía eléctrica	1.693,44	1.712,41	1.731,59	1.750,98	1.770,59	1.790,42	1.810,47	1.830,75	1.851,26	1.871,99
Agua potable	366,91	371,02	375,18	379,38	383,63	387,92	392,27	396,66	401,11	405,60
Amortización de activos diferidos	187,63	187,63	187,63	187,63	187,63	187,63	187,63	187,63	187,63	187,63
TOTAL COSTO INDIRECTO	11.940,25	12.040,20	12.141,27	12.243,48	12.346,83	12.451,33	12.557,01	12.663,87	12.771,93	12.881,19
GASTOS DE OPERACIÓN										
ADMINISTRATIVOS										
Sueldos Administrativos	22.440,15	24.563,82	25.283,54	26.024,34	26.786,86	27.571,71	28.379,56	29.211,09	30.066,97	30.947,93
Deprec. de Muebles y Enseres	497,70	497,70	497,70	497,70	497,70	497,70	497,70	497,70	497,70	497,70
Deprec. de Equipo de Comput.	701,12	701,12	701,12	994,97	994,97	994,97	1.028,77	1.028,77	1.028,77	1.063,73
Depreciación de vehículo	2.272,00	2.272,00	2.272,00	2.272,00	2.272,00	2.402,11	2.402,11	2.402,11	2.402,11	2.402,11
Energía eléctrica	34,56	34,95	35,34	35,73	36,13	36,54	36,95	37,36	37,78	38,20
Agua potable	7,49	7,57	7,66	7,74	7,83	7,92	8,01	8,10	8,19	8,28
Útiles de Oficina	580,80	587,30	593,88	600,53	607,26	614,06	620,94	627,89	634,93	642,04
Materiales de limpieza	372,60	376,77	380,99	385,26	389,58	393,94	398,35	402,81	407,32	411,89
Consumo Telefónico	720,00	728,06	736,22	744,46	752,80	761,23	769,76	778,38	787,10	795,91
Arriendo	12.000,00	12.134,40	12.270,31	12.407,73	12.546,70	12.687,22	12.829,32	12.973,01	13.118,31	13.265,23
TOTAL GASTOS ADMINIST.	39.626,42	41.903,70	42.778,76	43.970,48	44.891,82	45.967,40	46.971,47	47.967,22	48.989,18	50.073,02
VENTAS										
Publicidad y Propaganda	1.284,00	1.298,38	1.312,92	1.327,63	1.342,50	1.357,53	1.372,74	1.388,11	1.403,66	1.419,38
Combustibles y lubricantes	2.160,00	2.184,19	2.208,65	2.233,39	2.258,41	2.283,70	2.309,28	2.335,14	2.361,29	2.387,74
TOTAL GASTOS DE VENTA	3.444,00	3.482,57	3.521,58	3.561,02	3.600,90	3.641,23	3.682,01	3.723,25	3.764,95	3.807,12
FINANCIEROS										
Intereses por Crédito	4.387,14	3.613,21	2.741,14	1.758,46	651,15					
Seguro de Desgravamen	153,55	95,94	95,94	61,55	22,79					
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	4.540,69	3.709,15	2.837,08	1.820,00	673,94	-	-	-	-	-
TOTAL COSTO DE PRODUC.	96.886,06	100.403,89	101.349,60	102.488,18	103.249,13	104.658,74	106.693,67	108.743,75	110.844,13	113.031,12

Fuente: Proyección de costos

Elaborado por: La Autora

Cuadro 104. Costos fijos y variables, para los años; 1, 5 y 10

DESCRIPCIÓN	AÑO 1		AÑO 5		AÑO 10	
	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables
COSTO PRIMO						
Materia prima directa		19.008,00		19.873,97		21.012,12
Mano de obra directa		11.968,50		14.275,91		16.493,53
Mano de obra indirecta		6.358,20		7.585,76		8.764,13
TOTAL COSTO PRIMO		37.334,70		41.735,64		46.269,79
COSTO INDIRECTOS						
Depreciación de Maq. y Eq.	2.018,70		2.018,70		2.018,70	
Depreciación de herramientas	62,57		62,57		62,57	
Materiales indirectos		6.864,00		7.176,71		7.587,71
Depreciación de instalaciones	747,00		747,00		747,00	
Energía eléctrica		1.693,44		1.770,59		1.871,99
Agua potable		366,91		383,63		405,60
Amortización de activos diferidos	187,63		187,63		187,63	
TOTAL COSTO INDIRECTO	3.015,90	8.924,35	3.015,90	9.330,93	3.015,90	9.865,30
GASTOS DE OPERACIÓN ADMINISTRATIVOS						
Sueldos Administrativos	22.440,15		26.786,86		30.947,93	
Deprec. de Muebles y Enseres	497,70		497,70		497,70	
Deprec. de Equipo de Comput.	701,12		994,97		1.063,73	
Depreciación de vehículo	2.272,00		2.272,00		2.402,11	
Energía eléctrica	34,56		36,13		38,20	
Agua potable	7,49		7,83		8,28	
Útiles de Oficina	580,80		607,26		642,04	
Materiales de limpieza	372,60		389,58		411,89	
Consumo Telefónico	720,00		752,80		795,91	
Arriendo	12.000,00		12.546,70		13.265,23	
TOTAL GASTOS ADMINIST.	39.626,42	-	44.891,82	-	50.073,02	-
VENTAS						
Publicidad y Propaganda	1.284,00		1.342,50		1.419,38	
Combustibles y lubricantes	2.160,00	-	2.258,41	-	2.387,74	-
TOTAL GASTOS DE VENTA	3.444,00		3.600,90		3.807,12	
FINANCIEROS						
Intereses por Crédito	4.387,14	-	651,15	-	-	-
Seguro de Desgravamen	153,55		22,79			
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	4.540,69		673,94			
TOTAL COSTO DE PRODUC.	50.627,01	46.259,05	52.182,57	51.066,57	56.896,04	56.135,08
TOTAL		96.886,06		103.249,13		113.031,12

Fuente: Cuadro 103

Elaborado por: La Autora

ESTRUCTURA DE COSTOS Y ESTABLECIMIENTO DE INGRESOS DEL PROYECTO

Para establecer la rentabilidad del proyecto y realizar el análisis financiero es necesario determinar el costo de producción y para su cálculo consideramos los siguientes elementos:

- Costo de Producción: Costos Primos, Gastos Indirectos de Fabricación.
- Costos de Operación: Gastos Administrativos, Gastos de Venta, Gastos Financieros.

Cuadro 105. Ingresos totales

DESCRIPCIÓN / AÑOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Unidades	50.160,00	50.160,00	50.160,00	50.160,00	50.160,00	50.160,00	50.160,00	50.160,00	50.160,00	50.160,00
Costo Total	96.886,06	100.403,89	101.349,60	102.488,18	103.249,13	104.658,74	106.693,67	108.743,75	110.844,13	113.031,12
Costo Unitario	1,93	2,00	2,02	2,04	2,06	2,09	2,13	2,17	2,21	2,25
Margen de Utilidad	22%	22%	22%	22%	22%	22%	22%	22%	22%	22%
Utilidad	0,42	0,44	0,44	0,45	0,45	0,46	0,47	0,48	0,49	0,50
P.V.P.	2,36	2,44	2,47	2,49	2,51	2,55	2,60	2,64	2,70	2,75
INGRESOS TOTALES	118.200,99	122.492,74	123.646,51	125.035,58	125.963,94	127.683,67	130.166,27	132.667,38	135.229,84	137.897,97

Fuente: Cuadro 103 y 33

Elaborado por: La Autora

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Documento contable que presenta los resultados obtenidos en un periodo económico, sean estas pérdidas o ganancias para lo cual compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un periodo.

Es uno de los Estados Financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio, clasificándolos de acuerdo con las principales operaciones del negocio, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas.

Cuadro 106. Estado de pérdidas y ganancias

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ingresos por ventas	118.200,99	122.492,74	123.646,51	125.035,58	125.963,94	127.683,67	130.166,27	132.667,38	135.229,84	137.897,97
- Costo Total	96.886,06	100.403,89	101.349,60	102.488,18	103.249,13	104.658,74	106.693,67	108.743,75	110.844,13	113.031,12
= Utilidad Bruta en Ventas	21.314,93	22.088,86	22.296,91	22.547,40	22.714,81	23.024,92	23.472,61	23.923,63	24.385,71	24.866,85
- 15% Utilidad a trabajadores	3.197,24	3.313,33	3.344,54	3.382,11	3.407,22	3.453,74	3.520,89	3.588,54	3.657,86	3.730,03
= Utilidad antes del Imp. a la Renta	18.117,69	18.775,53	18.952,38	19.165,29	19.307,59	19.571,19	19.951,72	20.335,08	20.727,85	21.136,82
- 22% Impuesto a la Renta	3.985,89	4.130,62	4.169,52	4.216,36	4.247,67	4.305,66	4.389,38	4.473,72	4.560,13	4.650,10
Utilidad antes de Reservas	14.131,80	14.644,91	14.782,85	14.948,93	15.059,92	15.265,52	15.562,34	15.861,36	16.167,72	16.486,72
Reserva Legal 10%	1.413,18	1.464,49	1.478,29	1.494,89	1.505,99	1.526,55	1.556,23	1.586,14	1.616,77	1.648,67
= Utilidad Neta	12.718,62	13.180,42	13.304,57	13.454,03	13.553,93	13.738,97	14.006,10	14.275,23	14.550,95	14.838,05

Fuente: Cuadro 105

Elaborado por: La Autora

PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑO 1

a. EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

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

$$PE = \frac{50.627,01}{118.200,99 - 46259,05} \times 100$$

$$PE = 70,37\%$$

b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

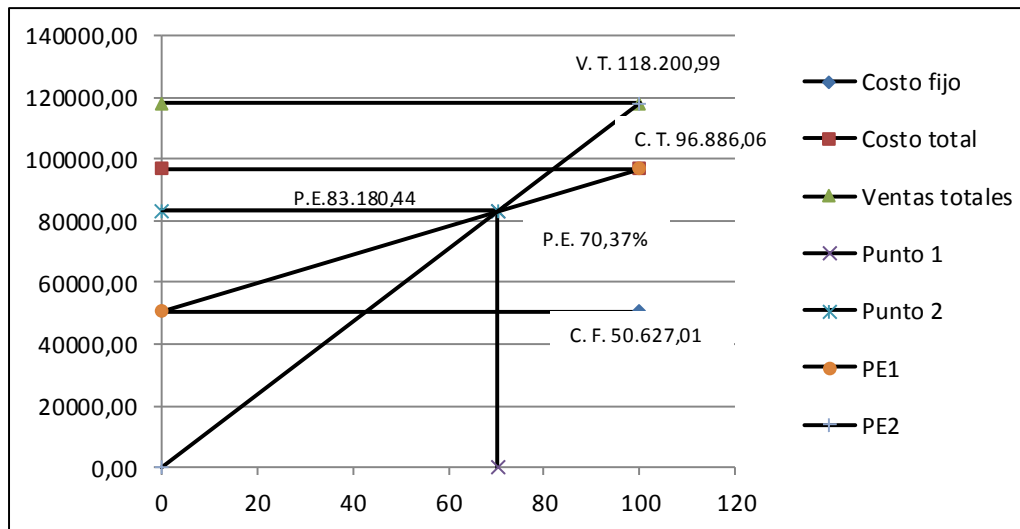
$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{50.627,01}{1 - \frac{46.259,05}{118.200,99}}$$

$$PE = \$83.180,40$$

ANÁLISIS.- Mediante los resultados obtenidos podemos decir que el punto de equilibrio en el año 1 se da cuando las ventas alcanzan los \$83.180,40, con un 70,37% de la capacidad instalada de la empresa. A continuación se mostrarán estos resultados graficados y se demuestra así que esta empresa si obtendrá ganancias.

Gráfico 30. Punto de equilibrio año 1



Fuente: Análisis de costos

Elaborado: Por la Autora

PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑO 5

a. EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

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

$$PE = \frac{52.182,57}{125.963,24 - 51.066,57} \times 100$$

$$PE = 69,67\%$$

b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

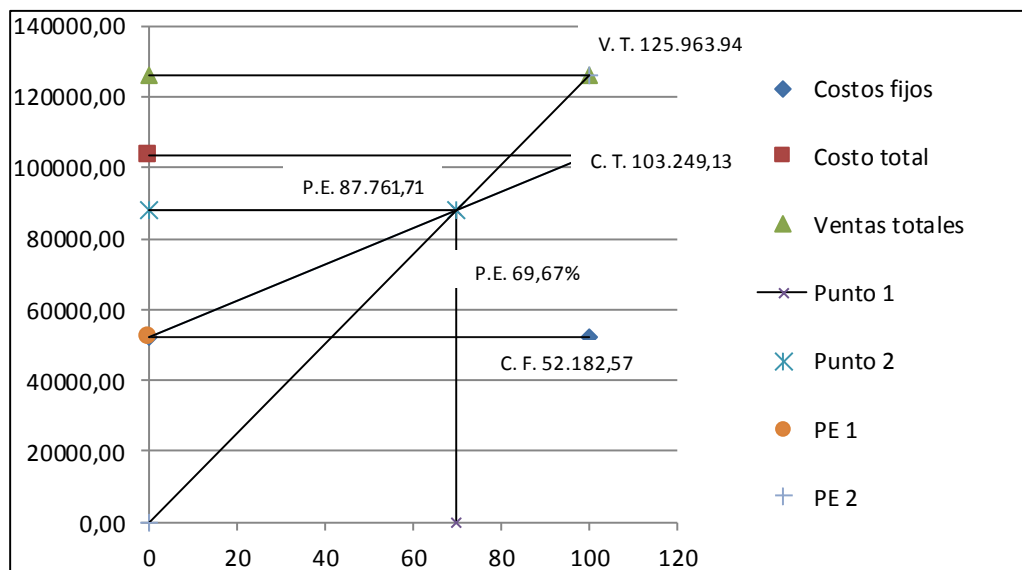
$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{52.182,57}{1 - \frac{51.066,57}{125.963,24}}$$

$$PE = \$87.661,71$$

ANÁLISIS.- Mediante los resultados obtenidos podemos decir que el punto de equilibrio en el año 5 se da cuando las ventas alcanzan los \$87.661,71, con un 67,38% de la capacidad instalada de la empresa. A continuación se mostrarán estos resultados graficados y se demuestra así que esta empresa si obtendrá ganancias.

Gráfico 31. Punto de equilibrio año 5



Fuente: Análisis de costos

Elaborado: Por la Autora

PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑO 10

a. EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

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

$$PE = \frac{56.896,04}{137.897,97 - 56.135,08} \times 100$$

$$PE = 69,59\%$$

b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

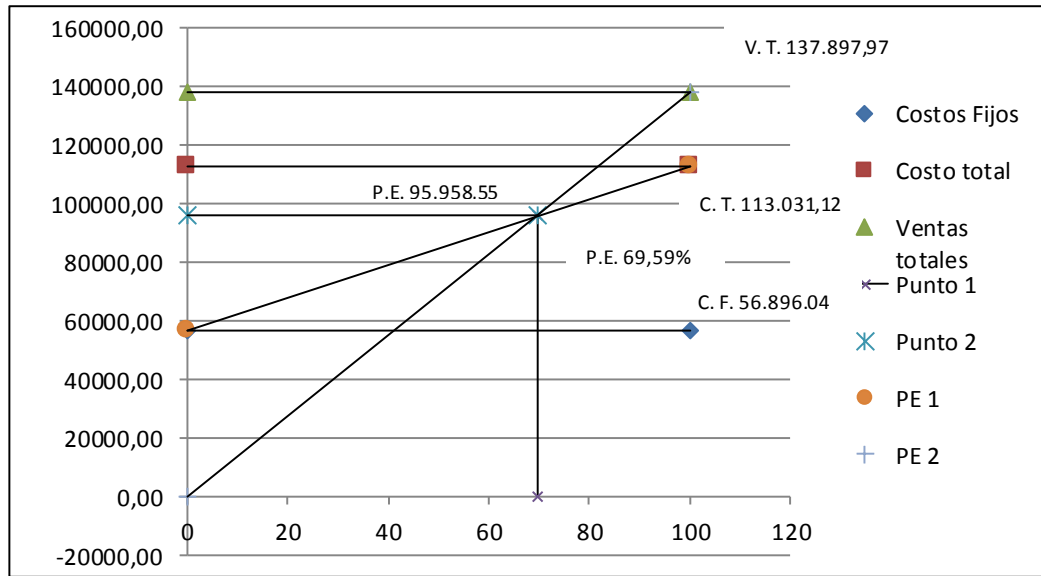
$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{56.896,04}{1 - \frac{56.135,08}{137.897,97}}$$

$$PE = \$95.958,55$$

ANÁLISIS.- Mediante los resultados obtenidos podemos decir que el punto de equilibrio en el año 10 se da cuando las ventas alcanzan los \$95.958,55 con un 69,59% de la capacidad instalada de la empresa. A continuación se mostrarán estos resultados graficados y se demuestra así que esta empresa si obtendrá ganancias.

Gráfico 32. Punto de equilibrio año 10



Fuente: Análisis de costos

Elaborado: Por la Autora

EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

Cuadro 107. Flujo de caja proyectado

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS											
Ventas		118.200,99	122.492,74	123.646,51	125.035,58	125.963,94	127.683,67	130.166,27	132.667,38	135.229,84	137.897,97
Crédito	39.296,09										
Capital Propio	28.455,79										
Valor de Rescate				1.051,53		2.840,00	1.492,23			1.542,93	8.502,71
TOTAL DE INGRESOS	67.751,89	118.200,99	122.492,74	124.698,04	125.035,58	128.803,94	129.175,89	130.166,27	132.667,38	136.772,77	146.400,69
EGRESOS											
Activo fijo	60.456,04										
Activo Diferido	1.476,30										
Activo Circulante	5.819,55										
Reinversión de Vehículo							15.013,21				
Reinversión de Equipo e Comp.					4.477,12			4.629,25			4.786,54
Presupuesto de Operación		96.886,06	100.403,89	101.349,60	102.488,18	103.249,13	104.658,74	106.693,67	108.743,75	110.844,13	113.031,12
Amortiz. De Capital		6.102,30	6.876,22	7.748,30	8.730,98	9.838,29					
15% a Trabajadores		3.197,24	3.313,33	3.344,54	3.382,11	3.407,22	3.453,74	3.520,89	3.588,54	3.657,86	3.730,03
22% Impuesto a la Renta		3.985,89	4.130,62	4.169,52	4.216,36	4.247,67	4.305,66	4.389,38	4.473,72	4.560,13	4.650,10
- Depreciaciones		6.488,37	6.489,37	6.490,37	6.785,21	6.786,21	6.917,33	6.952,13	6.953,13	6.954,13	6.990,09
- Amortizaciones		187,63	187,63	187,63	187,63	187,63	187,63	187,63	187,63	187,63	187,63
TOTAL EGRESOS	67.751,89	103.495,49	108.047,06	109.933,96	116.321,92	113.768,47	120.326,40	112.093,42	109.665,25	111.920,35	119.020,07
FLUJO DE CAJA	0,00	14.705,50	14.445,69	14.764,08	8.713,66	15.035,47	8.849,49	18.072,86	23.002,13	24.852,42	27.380,61

Fuente: Cuadros 101, 102, 103 y 106

Elaborado por: La Autora

VALOR ACTUAL NETO.

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

Para tomar una decisión de aceptación o rechazo de un proyecto se toma en cuenta los siguientes criterios:

- Si el VAN es **mayor a uno** se hace la inversión.
- Si el VAN es **menor a uno** se rechaza la inversión.
- Si el VAN es **igual a uno** es indiferente para la inversión.

Cuadro 108. Valor actual neto

AÑOS	FLUJO DE CAJA	FACTOR DE ACTUALIZ. (12%)	VALOR ACTUALIZADO
0			- 67.751,89
1	14.705,50	0,8928571	13.129,91
2	14.445,69	0,7971939	11.516,01
3	14.764,08	0,7117802	10.508,78
4	8.713,66	0,6355181	5.537,69
5	15.035,47	0,5674269	8.531,53
6	8.849,49	0,5066311	4.483,43
7	18.072,86	0,4523492	8.175,24
8	23.002,13	0,4038832	9.290,17
9	24.852,42	0,3606100	8.962,03
10	27.380,61	0,3219732	8.815,83
TOTAL Inversión			88.950,63
VAN			- 67.751,89
			21.198,74

Fuente: Cuadro 107

Elaborado por: La Autora

VAN = Valor Actual Neto

Σ FN= Flujo Neto
 I = Inversión
 FA = Factor de Actualización

$$\text{Factor de Actualización} = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

$$FA = 1/(1+0,12)^1$$

$$FA = 1/1,12 \qquad \qquad \qquad 0,892857143$$

VAN = Σ FLUJO NETO – INVERSIÓN

VAN =	88950,63 - 67751,89
VAN '=	21198,74

ANÁLISIS.- El resultado obtenido del VAN es positivo y mayor a uno, por lo tanto nos demuestra que es conveniente realizar este proyecto.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL.

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original.

En el siguiente cuadro se demuestra el tiempo requerido para que nuestra empresa recupere la inversión inicial de capital.

Cuadro 109. Periodo de recuperación de capital (PRC)

AÑOS	FLUJO NETO	FLUJO NETO
VIDA UTIL	DE CAJA	ACUMULADO
		67.751,89
1	14.705,50	14.705,50
2	14.445,69	29.151,19
3	14.764,08	43.915,27
4	8.713,66	52.628,93
5	15.035,47	67.664,41
6	8.849,49	76.513,90
7	18.072,86	94.586,75
8	23.002,13	117.588,88
9	24.852,42	142.441,30
10	27.380,61	169.821,91

Fuente: Cuadro 108

Elaborado por: La Autora

Año que supera la inversión + Inversión - Σ de flujo que supera el valor de la inversión / Flujo del año que supera la inversión

5,68 5 Año
8,16 8 Mes
4,80 5 día(s)

ANÁLISIS.- El capital se recuperará en 5 años, 8 meses y 5 días.

TASA INTERNA DE RETORNO.

Se interpreta como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiará la inversión. Este método actualmente es utilizado por bancos, empresas privadas, industrias, organismos de desarrollo económico y empresas estatales.

Cuadro 110. Tasa interna de retorno

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		18,00%		18,92%	
	67.751,89		67.751,89		67.751,89
1	14.705,50	0,84746	12.462,29	0,84090	12.365,88
2	14.445,69	0,71818	10.374,67	0,70712	10.214,77
3	14.764,08	0,60863	8.985,87	0,59461	8.778,93
4	9.233,52	0,51579	4.762,55	0,50001	4.616,87
5	15.035,47	0,43711	6.572,14	0,42046	6.321,83
6	8.849,49	0,37043	3.278,13	0,35357	3.128,88
7	18.072,86	0,31393	5.673,52	0,29731	5.373,32
8	23.002,13	0,26604	6.119,44	0,25001	5.750,81
9	24.852,42	0,22546	5.603,13	0,21024	5.224,86
10	27.380,61	0,19106	5.231,46	0,17679	4.840,54
TIR		VAN MENOR	1.311,32	VAN MAYOR	-1.135,21

Fuente: Cuadro 109

Elaborado por: La Autora

TASA INTERNA DE RETORNO

Tasa mayor	18,92
Tasa menor	18,00
diferencia de tasas	0,92
VAN menor	1,311.32
VAN mayot	-1,135.21

VAN tasa menor

TIR = Tasa menor + Diferencias de Tasas (-----)

Van tasa menor - VAN mayor

TIR = 18,49

ANÁLISIS.- El resultado obtenido de la TIR es 18,49%, el mismo que es mayor que la tasa del costo de capital 12%, por lo tanto podemos recomendar que si es conveniente realizar este proyecto.

RELACIÓN BENEFICIO COSTO.

El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido, a esto se lo relaciona los ingresos actualizados frente a los costos actualizados que se producirían durante el período del proyecto.

Los cálculos de la relación beneficio-costo están representados en el cuadro que detallo a continuación:

Cuadro 111. Relación beneficio costo (B/C)

AÑOS	COSTO	FACTOR	COSTO	INGRESO	FACTOR	INGRESO
VIDA U.	TOTAL	ACTUAL. (12%)	ACTUALIZAD	TOTAL	ACTUAL.(12%)	ACTUALIZAD
1	96.886,06	0,8928571	86.505,41	118.200,99	0,8928571	105.536,60
2	100.403,89	0,7971939	80.041,36	122.492,74	0,7971939	97.650,46
3	101.349,60	0,7117802	72.138,64	123.646,51	0,7117802	88.009,15
4	102.488,18	0,6355181	65.133,09	125.035,58	0,6355181	79.462,37
5	103.249,13	0,5674269	58.586,33	125.963,94	0,5674269	71.475,32
6	104.658,74	0,5066311	53.023,38	127.683,67	0,5066311	64.688,52
7	106.693,67	0,4523492	48.262,80	130.166,27	0,4523492	58.880,61
8	108.743,75	0,4038832	43.919,78	132.667,38	0,4038832	53.582,13
9	110.844,13	0,3606100	39.971,50	135.229,84	0,3606100	48.765,24
10	113.031,12	0,3219732	36.393,00	137.897,97	0,3219732	44.399,46
TOTAL			583.975,29			712.449,86

Fuente: Cuadro 106

Elaborado por: La Autora

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

$$RBC = 1,22 \text{ dólares}$$

Análisis.- Según el resultado obtenido la relación beneficio costo para el proyecto es mayor que uno (1.22), por lo tanto es financieramente aceptado lo que significa que por cada dólar invertido se obtendrá 25 centavos de rentabilidad o utilidad.

Cuadro 112. Análisis de sensibilidad con un incremento en los costos del 8,57%

AÑO	COSTOS ORIGINALES	COSTO AUMENTADO	INGRESO ORIGINAL	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACION	VALOR ACTUAL	INGRESOS ACTUALIZADOS	VALOR ACTUAL
0		8,57%		67.751,89	15,00%	67.751,89	16,00%	67.751,89
1	96.886,06	105.189,20	118.200,99	13.011,79	0,86957	11.314,60	0,862069	11217,06
2	100.403,89	109.008,50	122.492,74	13.484,24	0,75614	10.196,02	0,743163	10020,98
3	101.349,60	110.035,26	123.646,51	13.611,25	0,65752	8.949,62	0,640658	8720,15
4	102.488,18	111.271,42	125.035,58	13.764,16	0,57175	7.869,70	0,552291	7601,82
5	103.249,13	112.097,58	125.963,94	13.866,36	0,49718	6.894,03	0,476113	6601,95
6	104.658,74	113.627,99	127.683,67	14.055,68	0,43233	6.076,66	0,410442	5769,04
7	106.693,67	115.837,32	130.166,27	14.328,95	0,37594	5.386,78	0,353830	5070,01
8	108.743,75	118.063,09	132.667,38	14.604,29	0,32690	4.774,17	0,305025	4454,68
9	110.844,13	120.343,47	135.229,84	14.886,37	0,28426	4.231,63	0,262953	3914,41
10	113.031,12	122.717,89	137.897,97	15.180,08	0,24718	3.752,28	0,226684	3441,08
TOTALES					VAN m	1.693,62	VAN M	-940,69

Fuente: Cuadro 111

Elaborado por: La Autora

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$$

$$NTIR = 15,00 + 1 \left(\frac{1693,62}{2634,31} \right)$$

$$NTIR = 15,64\%$$

Diferencia TIR = TIR Proyecto – Nueva TIR

Diferencia TIR = 15,64 – 18,49 = 2,85

Porcentaje de variación = $\frac{\text{Diferencias TIR}}{\text{TIR Proyecto}}$

Porcentaje de variación = 2,85/18,49 =15,41

Sensibilidad = $\frac{\text{Porcentaje de Variación}}{\text{Nueva TIR}} * 100$

Sensibilidad = 15,41/15,64 = 0,99

ANÁLISIS.- Mediante los resultados obtenidos el índice de sensibilidad nos demuestra que es menor a uno, lo que significa que el proyecto no es sensible a un incremento de hasta 8,57% en los costos, pero si pasa de este porcentaje será negativo para este proyecto, demostrándonos mediante los resultados obtenidos que es factible realizar este proyecto.

Cuadro 113. Análisis de sensibilidad con un decremento en los ingresos del 7,93%

AÑO	COSTOS ORIGINALES TOTALES	INGRESO ORIGINAL	DISMINUCIÓN INGRESOS	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
			7,93%		15,00%		16,00%	
0				67.751,89		67.751,89		67.751,89
1	96.886,06	118.200,99	108.827,65	11.941,59	0,86957	10.383,99	0,86207	10.294,48
2	100.403,89	122.492,74	112.779,07	12.375,18	0,75614	9.357,41	0,74316	9.196,77
3	101.349,60	123.646,51	113.841,34	12.491,74	0,65752	8.213,52	0,64066	8.002,93
4	102.488,18	125.035,58	125.035,58	22.547,40	0,57175	12.891,55	0,55229	12.452,73
5	103.249,13	125.963,94	115.975,00	12.725,87	0,49718	6.327,01	0,47611	6.058,95
6	104.658,74	127.683,67	117.558,35	12.899,61	0,43233	5.576,86	0,41044	5.294,55
7	106.693,67	130.166,27	119.844,08	13.150,41	0,37594	4.943,73	0,35383	4.653,01
8	108.743,75	132.667,38	122.146,86	13.403,11	0,32690	4.381,50	0,30503	4.088,29
9	110.844,13	135.229,84	124.506,11	13.661,98	0,28426	3.883,59	0,26295	3.592,46
10	113.031,12	137.897,97	126.962,66	13.931,54	0,24718	3.443,66	0,22668	3.158,05
TOTALES					VAN m	1.650,93	VAN M	-959,68

Fuente: Cuadro 112

Elaborado por: La Autora

$$NTIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$$

$$NTIR = 15,00 + 1 \left(\frac{1650,93}{2621,61} \right)$$

$$NTIR = 15,63\%$$

Diferencia TIR = TIR Proyecto – Nueva TIR

Diferencia TIR = 15,63 – 18,49 = 2,86

Porcentaje de variación = $\frac{\text{Diferencias TIR}}{\text{TIR Proyecto}}$

Porcentaje de variación = 2,86/18,49 = 15,47

Sensibilidad = $\frac{\text{Porcentaje de Variación}}{\text{Nueva TIR}} * 100$

Sensibilidad = 15,47/15,63 = 0,99

ANÁLISIS.- Mediante los resultados obtenidos el índice de sensibilidad nos demuestra que es menor a uno, lo que significa que el proyecto no es sensible a una disminución de hasta 7,93% en los ingresos, pero si pasa de este porcentaje será negativo para este proyecto, demostrándonos mediante los resultados obtenidos que es factible realizar este proyecto.

Impacto Ambiental Y Social

Impacto Ambiental.

Concepto.

El término impacto se aplica a la alteración que se produce por una actividad humana en su entorno, interpretada en términos de “Salud u Bienestar Humano” o, más genéricamente de calidad de vida de la población; por entorno se entiende la parte del medio ambiente (en términos de espacio y de factores) afectada por la actividad o, más ampliamente, que interacciona con ella. Por lo tanto el Impacto Ambiental se origina en una acción humana y se manifiesta según las siguientes facetas:

- La modificación de alguno de los factores ambientales o del conjunto del sistema ambiental.
- La modificación del valor factor alterado o del conjunto del sistema ambiental.

- La interpretación o significado ambiental de dichas modificaciones, y en último término, para la salud y bienestar humano. Esta faceta está íntimamente relacionada con la anterior ya que el significado ambiental de la modificación del valor no puede desligarse del significado ambiental del valor que se parte.

Dada las circunstancias en que el aguacate no presenta ningún daño ecológico por ser una planta que al cosechar sus hojas esta nuevamente las reproduce cumpliendo así con su ciclo de reproducción vital.

Hacemos hincapié en su cultivo para que el mismo se lo realice de la manera más eficiente coadyuvando a preservar los recursos naturales existentes que cumplen una función principal tanto de la naturaleza como del ser humano.

Impacto de la producción del aguacate en el Medio Ambiente.

- ✓ La producción y comercialización del aguacate es un cultivo que a la semilla se la realiza en áreas intervenidas y degradadas, es una actividad de reforestación rentable.
- ✓ La producción de aguacate no afecta en lo mínimo al medio ambiente porque no requiere de procesos rigurosos, ni químicos para lograr el producto terminado, porque contribuye a la sociedad con un producto natural.

Impacto Social.

Concepto.

Se define como “las consecuencias para las poblaciones humanas derivadas de actuaciones públicas o privadas que alteran la forma en que las personas viven, trabajan, se relacionan entre ellas y se organizan para satisfacer sus necesidades y actuar como miembros de la sociedad”.

Variables Sociales.

Las variables sociales pertenecen por un lado:

- ✓ Cambios Poblacionales Humanos y,
- ✓ Cambio de las Relaciones Sociales.

El interorganizational Committee on Guidelines on Principles for Social Impact Assessment (1944) propone las siguientes variables:

- ✓ Características de la Población: Crecimiento o descenso de poblaciones, cambios en la diversidad (raza, edad, sexo, etc).
- ✓ Recursos políticos y sociales: Distribución del poder y de la autoridad.

- ✓ Cambios individuales y familiares: cambios en la vida diaria, en los vínculos de amistad y en los familiares.

Impacto Socioeconómico.

- ✓ Oportunidades para generar ingresos en los agricultores y pequeños acopladores que participan directa o indirectamente en el acopio y producción y comercialización.
- ✓ El mayor consumo de este producto en el mercado nacional, en sus diversas promociones contribuirá a mejorar la economía del país.
- ✓ Contribuye a la economía local y por ende generara plazas de trabajo.

h. Conclusiones

Una vez analizado el proyecto de tesis, se llega a las siguientes conclusiones:

1. La puesta en marcha del presente proyecto de tesis para la creación de una empresa productora de aceite comestible a base de aguacate en el cantón Morona, permitirá satisfacer las necesidades de la localidad como demandantes de este producto, que será de buena calidad, precio justo y que este bajo las normas de sanidad.
2. El análisis económico se puede observar que el valor actual neto del proyecto nos determina que el proyecto es factible.
3. En relación con la tasa interna de retorno (TIR), resultado mayor que la tasa de oportunidad y de operación que fue de lo cual nos indica que la empresa tendrá un buen rendimiento en relación al capital invertido.
4. La inversión alcanza un determinado monto los cuales van a ser financiado por aportaciones de la empresa y otro porcentaje lo cubrirá un préstamo bancario.
5. Los evaluadores financieros determinan que la empresa puede ser instalados de tal forma que es factible la implementación en la ciudad de Loja.

i. Recomendaciones

Luego de haber realizado la presente investigación se recomienda lo siguiente:

1. Se recomienda poner en marcha el proyecto ya que dará una importante rentabilidad para sus inversionistas y genera desarrollo productivo.
2. La puesta en marcha del presente proyecto contribuirá a la generación de fuentes de trabajo en el cantón, aportando al desarrollo socioeconómico de las familias del sector.
3. Puesto que hay una gama amplia de materia prima en el cantón, se recomienda hacer investigaciones de mercado a fin de dar a conocer el producto a tal grado de satisfacer las necesidades de la comunidad y de todos sus clientes.
4. Se recomienda realizar campañas de publicidad a fin de ganar más clientes en beneficio de la empresa y del producto de aceite comestible a base de aguacate en el cantón Morona.

j. Bibliografía

Alegsa, L. (2010). *Definición de factibilidad*. Recuperado el 23 de 01 de 2016, de <http://www.alegsa.com.ar/Dic/factibilidad.php>.

Alvizoury, M., & Rodríguez, A. (2009). *Efectos médicos del agucate*.

Amat, O., & Soldevila, P. (2011). *Contabilidad y gestión de costes: con ejercicios resueltos. 6a Edición*. Barcelona: Profit.

Baena, V. (2011). *Fundamentos de marketing: entorno, consumidor, estrategia e investigación comercial*. Barcelona, España: UOC.

Bonilla, Y. (2013). <http://e-learningmarketing.blogspot.com/2012/07/estrategias-de-la-determinacion-de.html>. Recuperado el 27 de 01 de 2016, de Marketing es el motor que impulsa a los negocios exitosos.

Briceño, E. (2010). *Ecuador ambiental*. Recuperado el Octubre de 2015, de Estudio de Impacto Ambiental: <http://www.ecuadorambiental.com/estudios-impacto-ambiental.html>

Céspedes, M. (2010). *Cultivo de Sacha Inchi*. Lima, Perú: Subdirección de Recursos Genéticos y Biotecnología-Instituto Nacional de Investigación y Extensión Agraria.

Clements, J., & Gido, J. (2011). *Administración Exitosa de Proyectos*. México D.F., México: Cengage Learning.

Córdova , M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. (2ª. ed.). Bogotá, Colombia: ECOE.

Córdova, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.

Córdova, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá, Colombia: ECOE.

Cortina, S. (2009). *Localización y tamaño del proyecto*. Recuperado el 26 de 01 de 2016, de <http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/localizacion-tamano-proyecto>.

Coss, R. (2010). *Análisis y evaluación de proyectos de inversión*. México: Limusa.

De la Fuente, D. (2010). *Distribución en Planta*. Oviedo, España: Club Universitario.

Déniz, J. (2010). *Fundamentos de contabilidad financiera: teoría y práctica*. Madrid, España: Delta Editorial.

Di Mari, D. (2013). *La importancia de la extensión universitaria*. Tesis de grado, Universidad Nacional de Córdoba, Escuela de Archivología , Córdoba.

Diez, E. C. (2010). *Proyectos de Inversión*. Madrid, España: ESIC.

Ella sabe. (2011). *Aceite de Aguacate*. Obtenido de Ella Sabe:
<http://www.ellasabe.com/salud/aceites-esenciales/60-aceite-de-aguacate>

Eslava, J. J. (2012). *Las claves del análisis económico-financiero de la empresa*. Madrid, España: ESIC.

Eslava, J. J. (2012). *Las claves del análisis económico-financiero de la empresa*. Madrid, España: ESIC.

Fernández, D. (2010). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Madrid, España: Paraninfo.

Fernández, J. L. (2011). *Contabilidad financiera para directivos*. Madrid, España: ESIC.

Fernández, L., Fernández, S., & Rodríguez, A. (2010). *La práctica de las finanzas de empresa*. México: Delta Publicaciones.

García Santillán. (2010). *Proyectos de Inversión: evaluación integral*. Veracruz, México: Limusa.

García, M., Hernandez, A., & Samaniego, T. (julio de 2012). *Estrategia de Comercialización*. Recuperado el 14 de 03 de 2015, de eumed.net:
<http://www.eumed.net/ce/2012/gme.html>

Gavilanes, J. (2012). *Nivles Jerárquicos de la Empresa u Organización*. Recuperado el 30 de 01 de 2016, de
<http://nivelesdelaempresa.blogspot.com/>.

- Hansen, D., & Mowen, M. (2009). *Administración de costos: contabilidad y control*. México D.F., México: Thomson.
- Horngren, C. (2010). *Contabilidad de Costos: Un enfoque gerencial*. México: Pearson Educación.
- Huanca, W. (2009). *El Tamaño de un proyecto*. Obtenido de Wordpress: <http://waldohuanca.files.wordpress.com/2010/02/cap-4-tamano-y-localizacion-del-proyecto.ppt>
- Koncz, H., Wehrich, H., & Cannice, M. (2012). *Administración una perspectiva global y empresarial*. México: Mc Graw Hill.
- López Herrera, D., Orta Pérez, M., & Sierra García, L. (2015). *Contabilidad y análisis financiero*. Madrid, España: Ediciones Pirámide.
- López, M. (2016). *Flujo de caja*. (Unidad Editorial Información Económica s. l.) Recuperado el 01 de 02 de 2016, de <http://www.expansion.com/diccionario-economico/flujo-de-caja.html>.
- Manane , L. (2010). *//luismiguelmanene.wordpress.com/2011/03/30/el-umbral-de-rentabilidad-o-punto-de-equilibrio-definicion-calculo-y-aplicaciones/*. Recuperado el 30 de 01 de 2016, de El umbral de rentabilidad o punto de equilibrio.
- Mankiw, G. (2009). *Principios de Economía*. Madrid, España: Paraninfo.
- Mankiw, G. (2010). *Principios de Economía*. Madrid: S.A. MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA DE ESPAÑA.

- Merino, M. J. (2010). *Introducción a la Investigación de Mercado*. Madrid, España: ESIC.
- Miranda, F. (2009). *Introducción a la gestión de calidad*. Madrid, España: Delta Publicaciones.
- Morales, A. (2010). *Proyectos de Inversión: Evaluación y Formulación*. México D.F., México: Mc Graw Hill.
- Neira, M. L. (2010). *Aguacate*. Bogotá, Colombia: Norma.
- Ojeda, I. (2015). *Estudio de factibilidad para la implementación de una Minivan de Hamburguesas Express y su comercialización en la ciudad de Loja*. Tesis de grado, Universidad Nacional de Loja, Carrera de Administración de Empresas, Loja.
- Ortíz, H. (2010). *Análisis Financiero Aplicado y Principios de Administración Financiera*. Bogotá, Colombia: Universidad Externado de Colombia.
- Placio, I. (2010). *Guía práctica para la identificación, formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá, Colombia: Universidad del Rosario.
- Reyes, P. (2011). *Administración efectiva de proyectos gubernamentales*. (P. M. Institute, Ed.) EE. UU.
- Sainz de Vicuña, J. M. (2013). *El Plan de Marketing en la Práctica* (18va. ed.). Madrid, España: ESIC.

- Salazar, I. (2010). *Guía práctica para la identificación, formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá, Colombia: Universidad del Rosario.
- Santos, T. (11 de 2010). *Estudio de Factibilidad de un Proyecto de Inversión: Etapas en su Estudio*. Recuperado el 15 de 03 de 2015, de eumed: <http://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>
- Sapag Chain, N. (2011). *Proyectos de Inversión. Formulación y Evaluación*. (2da. ed.). Santiago de Chile, Chile: Pearson Educación de Chile.
- Sapag, N. (2010). *Proyectos de inversión: formulación y evaluación*. México D.F., México: Pearson Educación.
- Semyraz, D. (2009). *Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Madrid, España: Atlantiz.
- Setterfield, M. (2011). *La economía del Crecimiento Dirigido Por la Demanda*. Madrid: Akal S. A.
- Solís, K. (2009). *Aproximación a una tipología del consumidor de aceite de aguacate*. Instituto de Investigaciones Agropecuarias y Forest.
- Soriano, M. J. (2011). *Introducción a la contabilidad y las finanzas*. Barcelona, España: Profit.
- Soto, O. (2009). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/61281301/Localizacion-de-Proyectos>

Suárez, S. (2015). *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de ambientadores de eucalipto y su comercialización en la ciudad de Loja*. Tesis de grado, Universidad Nacional de Loja, Administración de Empresas, Loja.

Talaya, A. (2010). *Principios de Marketing*. Madrid: ESIG. Obtenido de Diccionario De Economía Para Estudiantes: <http://www.eumed.net/libros-gratis/manuales.htm>

Valencia, J. (2011). *Estudio de sistemas y procedimientos administrativos*. San José, Costa Rica: ECAFSA.

Vázquez, H. (2011). *Organización aplicada*. Mexico: Esic.

Villareal, A. (2009). *Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión*. Bogotá, Colombia: Norma.

Zamudio, L. (2014). *Introducción a estudio de las organizaciones*. Mexico: CIDE ISBN: 970-958-43-8.

k. Anexos

Anexo 1. Perfil de tesis aprobado

a). Tema

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE ACEITE DE AGUACATE Y SU COMERCIALIZACIÓN EN EL CANTÓN MORONA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO PARA EL AÑO 2016”.

b). Problematización.

El Ecuador vive una época de globalización y de alta competitividad de productos o servicios, es por eso que en nuestro país las crisis sociales, políticas, culturales y los cambios del entorno mundial han transformado nuestra identidad, debido a que en la actualidad la creatividad por parte de los empresarios se ha visto rezagada y nos hemos convertido en imitadores de las grandes empresas permitiendo que el desarrollo empresarial en el país disminuya y seamos tan solo entes consumistas.

La empresa que se pretende crear tiene como ventaja, de que en nuestro cantón no existen empresas que se dediquen a esta producción, motivo por el cual aprovecharemos el fruto del aguacate para extraer el aceite siendo este un producto natural que tiene propiedades nutritivas y curativas.

Es por eso que en nuestra ciudad existe escasa creación de empresas, debido a la poca visión empresarial, a la falta de fuentes de financiamiento a bajos intereses, al temor a invertir y fracasar, a la falta de un adecuado estudio de mercado, a la falta de proyectos innovadores por lo cual hemos evidenciado que no se aprovecha los recursos existentes en el Cantón Morona que se caracteriza por su variedad en productos agrícolas, entre estas producciones esta el “Aguacate” que tiene propiedades nutritivas con un nivel vitamínico muy rico, en propiedades y antioxidantes que benefician al cuerpo , por ello la finalidad de este estudio es conocer la viabilidad económica para determinar la posibilidad de implementar una empresa productora y comercializadora de Aceite de Aguacate, anhelando contribuir a mejorar nuestro nivel de vida con un Aceite que sea Natural y nutritivo y sacarle provecho a la fruta que oportunamente se tiene en nuestro medio

c). Justificación.

c.1. Académica.

Forma parte de los requisitos para optar por el título de ingeniera en La carrera de Administración de Empresas del Plan de Contingencia de la Universidad Nacional de Loja, enfocada a formar profesionales que enfrenten los retos que se dan en la sociedad actual y permitan que los nuevos empresarios creen fuentes de trabajo con la innovación e implementación de pequeñas y medianas empresas.

c.2. Social.

La puesta en marcha del proyecto contribuirá a mejorar las posibilidades de implementar una empresa dedicada a producir y comercializar Aceite de Aguacate, que permitirá promover el desarrollo empresarial del cantón Morona a su vez brindar un producto diferente, para lo cual será necesario conocer las necesidades de los clientes para poder satisfacer adecuadamente sus necesidades. Con la ejecución de esta empresa, permitirá crear fuentes de empleo y aprovechar los recursos del medio, para lo cual necesitamos investigar y formar un vínculo entre lo teórico y la práctica.

c.3. Económica.

El presente estudio para la implementación de una empresa productora y comercializadora de Aceite de Aguacate, permitirá llegar al mercado y a los sectores que desean y prefieran este nuevo producto, ya que no existen empresas en nuestra ciudad dedicadas a la elaboración del producto antes mencionado, con el cual se beneficiara nuestra empresa y a la vez aportara nuevas fuentes de trabajo y contribuir con el desarrollo económico-social del Cantón Morona, Provincia de Morona Santiago.

d). Objetivos

d.1. Objetivo General:

- Realizar un estudio de factibilidad para la implementación de una empresa productora de Aceite de Aguacate y su comercialización en el Cantón Macas, Provincia de Morona Santiago.

d.2. Objetivos Específicos:

- Realizar un Estudio de Mercado que permita determinar las condiciones de oferta y demanda los deseos necesidades gustos de los consumidores en cuanto al producto y establecer la demanda insatisfecha.
- Desarrollar el Estudio Técnico de la ingeniería del proyecto y el tamaño y localización de la planta.
- Diseñar el Estudio Organizacional y Administrativo aplicando correctamente las funciones a cada integrante de la empresa.
- Desarrollar un Estudio Financiero, utilizando índices de evaluación para conocer su rentabilidad, como son el VAN, TIR, A/S, R/BC
- Realizar un estudio de impacto ambiental y social.

f. Metodología

Los métodos a utilizarse son los siguientes:

f.1. Método Inductivo: Consiste en establecer enunciados universales ciertos a partir de la experiencia, lógicamente a través del conocimiento

científico desde la observación de los fenómenos o hechos de la realidad a la ley universal que los contiene.

f.2. Método Deductivo: Va de lo general a lo particular el mismo que determina los objetivos hipótesis, marco teórico referencial.

En la detección de los problemas que afectan a las empresas en su funcionamiento.

f.3. Método Estadístico: Nos permite despejar ecuaciones con los datos Cualitativos y Cuantitativos referente a lo económico y financiero de una empresa, en el periodo establecido, para así conocer cuál es la inversión que se hace para llevar a cabo el proyecto de inversión propuesto.

f.3.1. Encuesta.- Esta técnica se la aplicará a la población económicamente activa de la provincia de Morona Santiago, con el fin de conocer todos los aspectos que servirán de base para ofrecer un servicio acorde a las demandas del mercado efectivo. Para el desarrollo de esta técnica se utilizarán dos instrumentos; (Muestreo y Muestra).

Los posibles oferentes a la realización del proyecto son los centros naturistas del lugar que son como cinco.

Procedimiento para la muestra de la Proyección.

Determinación de la muestra en base a la población del Cantón Morona de la Provincia de Morona Santiago. Por el censo del 2010

con una población de 41,155 habitantes, con una tasa de crecimiento de la población de 3.61%, y para el año 2016 se hará la respectiva proyección.

Muestra:

Una vez elegida la población de estudio aplicamos la fórmula estadística para saber cuántas encuestas debería aplicarse en dicha población.

Cuadro N° 1

Años	Población
2010	41,155
2016	49,169

Fuente: Inec
Elaboración: La Autora

- **Datos:**

Dónde:

N= Población

e= Error maestral 5%

n = Muestra

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

$$n = \frac{49,169}{1 + 49,169(0.05)^2}$$

$$n = \frac{49,169}{1 + 49,169(0.0025)^2} =$$

$$n = \frac{49,169}{0,12542} = 387 \text{ encuestas}$$

Anexo 2. Población y tasa de crecimiento del Cantón Morona



Fuente: www.ecuadorencifras/resultados

ÍNDICE

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN	2
ABSTRACT	5
c. INTRODUCCIÓN.....	8
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	11
e. MATERIALES Y MÉTODOS	39
f. RESULTADOS	44
g. DISCUSIÓN.....	65
h. CONCLUSIONES.....	167
i. RECOMENDACIONES.....	168
j. BIBLIOGRAFÍA.....	169
k. ANEXOS.....	176
INDICE	184