



1859

Universidad Nacional de Loja

Facultad Jurídica Social y Administrativa

Carrera de Administración de Empresas

TÍTULO:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN
DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ EN BOLSAS DE TÉ EN
LA CIUDAD DE LOJA.”

Tesis previa a la obtención
del Grado de Ingeniero en
Administración de
Empresas.

AUTOR: HENRY JONATHAN BARRAGÁN RÍOS

DIRECTOR: ING. RAÚL ERNESTO CHÁVEZ GUAMÁN Mg.

LOJA – ECUADOR

2021

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Loja, 31 de marzo del 2021.

Ing. Raúl Ernesto Chávez Guamán Mg., Director de Tesis y Docente de la Carrera de Administración de Empresas de la Facultad Jurídica Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja.

CERTIFICA:

Que el alumno Señor: Henry Jonathan Barragán Ríos, estudiante del Décimo Ciclo de Titulación, periodo Octubre 2020 - Marzo 2021, ha realizado la tesis bajo mi dirección cuyo título es: "*Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de café en bolsas de Té en la ciudad de Loja, periodo 2020-2021*". Misma, que ha sido culminada en su totalidad y cumple con los requisitos de fondo y de forma que exige la normativa pertinente para la graduación en la Universidad Nacional de Loja; por ello autorizo su presentación y sustentación.

Atentamente,



firmado digitalmente por:
RAUL ERNESTO
CHAVEZ GUAMAN

Ing. Raúl Ernesto Chávez Guamán Mg.
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Henry Jonathan Barragán Ríos, declaro ser autor 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, el uso de la misma para fines académicos y de investigación.

Autor: Henry Jonathan Barragán Ríos

Cédula: 1500887516

Fecha: Loja, 21 de mayo de 2021

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

Yo, Henry Jonathan Barragán Ríos declaro ser autor de la tesis titulada: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ EN BOLSAS DE TÉ EN LA CIUDAD DE LOJA”**. Como requisito para optar el grado de **INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**: Autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos y de investigación muestre 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 comunicación del país y del exterior, con las cuales tenga convenios 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 31 días del mes de mayo de 2021, firma el autor:

AUTOR: Henry Jonathan Barragán Ríos

FIRMA.....

CÉDULA: 1500887516

DIRECCIÓN: Sebastian Valdivieso y Rosario Castellanos

CORREO ELECTRÓNICO: henyobar@gmail.com; henry.barragan@unl.edu.ec

CELULAR: 0981833106

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de tesis: Ing. Raúl Ernesto Chávez Guamán Mg. Sc.

Presidente del tribunal: Ing. Carmen Elizabeth Cevallos Cueva Ph.D.

Vocal del tribunal: Ing. Gretty del Pilar Salinas Ordóñez MAE

Vocal del tribunal: Ing. Carlos Roberto Carpio Ayala Mg. Sc.

Dedicatoria

En primer lugar, a Dios por haberme concedido fuerza y perseverancia para alcanzar mis metas académicas.

A mis padres Olger Servilio Barragán Cueva y Nancy Mercedes Ríos Orellana, por haberme apoyado incondicionalmente en toda mi carrera de estudios, que con esfuerzo y esmero han logrado que pueda concluir mis estudios de educación superior.

A mis hermanos Jessica Cecibel, Holger Iván por el apoyo moral e incondicional para lograr mis metas académicas; y de forma especial a mi hermano Jimmy Esgardo (+) que desde el cielo nos bendice y nos protege.

A mis compañeros Kevin Bravo, Danilo Barros, Sergio Barraqueta, Jefferson Matailo, Steven Samaniego y Miguel Zapata por haber compartido dificultades y alegrías durante toda nuestra etapa universitaria.

Henry Jonathan Barragán Ríos

Agradecimiento

Expresar mi más sincero agradecimiento primeramente a Dios por la vida y salud; a mis padres por el apoyo brindado; a la Universidad Nacional de Loja y a todos los docentes que son parte complementaria para el desarrollo del presente proyecto y de manera especial al Ing. Raúl Chávez quien con sus destrezas y conocimientos ha sabido guiarme a lo largo del desarrollo de la presente tesis.

Así mismo quiero extender mi agradecimiento especial y sincero a los padres de mis compañeros Danilo Barros y Kevin Bravo por ser parte importante en el transcurso de finalización de mi carrera.

Henry Jonathan Barragán Ríos

1. Título

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de café en bolsas de té en la Ciudad de Loja.

2. Resumen

El proyecto de inversión titulado “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de café en bolsas de té en la ciudad de Loja”; tuvo como objetivos la realización de un estudio de mercado para determinar la oferta y demanda; un estudio técnico para conocer tamaño, localización e ingeniería del proyecto; un estudio organizacional y legal para la constitución y organización de la empresa; un estudio económico – financiero para determinar la inversión y financiamiento, así como los costos e ingresos; y determinar la factibilidad o no factibilidad del proyecto. Entre los resultados obtenidos se tiene que en el estudio de mercado se logró determinar una demanda potencial y real de 13.145.454 cajas de café; un consumo per cápita anual de 228 cajas de café; una demanda efectiva de 9.295.151 cajas de café. Una oferta de 579.985 cajas de café, resultando una demanda insatisfecha de 8.715.166 cajas de café. En el estudio técnico se determinó se determinó una capacidad instalada de 1.127.120 cajas de café laborando 24H; una capacidad utilizada de 268.656 cajas de café laborando 8H con un 100% de la capacidad para los 5 años de vida del proyecto. En el estudio de organización y legal se determinó que la empresa se constituirá como compañía de Responsabilidad Limitada; así mismo se estableció la filosofía institucional, organigramas y manuales de funciones. En el estudio financiero, se determinó una inversión inicial de USD.36.249,08 dólares americanos. En lo correspondiente a la evaluación financiera se obtuvo un valor actual neto (VAN) positivo de USD.96.112,97; una tasa interna de retorno (TIR) de 114,61%; en relación al período de recuperación de la inversión será de 11 meses y 19 días; la relación beneficio/costo se tuvo una rentabilidad de 0.24 centavos de dólar; en el análisis de sensibilidad (AS) se obtuvo que el proyecto puede soportar hasta un incremento en sus costos del 15,70%; y en cuanto a la disminución de los ingresos puede soportar hasta un 7,50%. Evidenciando los indicadores, el proyecto es viable para su ejecución, cuyas conclusiones y recomendaciones adjuntas así lo determinan.

Palabras clave: factibilidad, café, inversión, proyecto.

Abstract

The investment project entitled "Feasibility study for the creation of a company for the production and marketing of coffee in tea bags in the city of Loja"; Its objectives were to carry out a market study to determine supply and demand; a technical study to determine the size, location and engineering of the project; an organizational and legal study for the constitution and organization of the company; an economic-financial study to determine investment and financing, as well as costs and income; and determine the feasibility or non-feasibility of the project. Among the results obtained, the market study was able to determine a potential and real demand of 13,145,454 boxes of coffee; an annual per capita consumption of 228 boxes of coffee; an effective demand of 9,295,151 boxes of coffee. An offer of 579,985 boxes of coffee, resulting in an unsatisfied demand of 8,715,166 boxes of coffee. In the technical study, an installed capacity of 1,127,120 coffee boxes working 24 hours was determined; a used capacity of 268,656 coffee boxes working 8H with 100% of the capacity for the 5-year life of the project. In the organization and legal study, it was determined that the company will be established as a Limited Liability company; Likewise, the institutional philosophy, organization charts and function manuals were established. In the financial study, an initial investment of USD 36,249.08 was determined. Regarding the financial evaluation, a positive net present value (NPV) of USD.96,112.97 was obtained; an internal rate of return (IRR) of 114.61%; Regarding the investment recovery period, it will be 11 months and 19 days; the benefit / cost ratio had a profitability of 0.24 cents; In the sensitivity analysis (AS) it was obtained that the project can support up to an increase in its costs of 15.70%; and as for the decrease in income, it can support up to 7.50%. Evidence of the indicators, the project is viable for its execution, the conclusions and attached recommendations of which determine it.

Keywords: feasibility, coffee, investment, project.

3. Introducción

El emprendimiento es un tema común a nivel mundial y en nuestro país no es la excepción ya que los emprendimientos contribuyen de forma positiva con la generación de nuevas plazas de empleo y crecimiento económico; por ello se planteó un estudio de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de café en bolsas de té en la ciudad de Loja.

En Ecuador el café es producido en 23 de sus 24 provincias y Loja no es la excepción ya que se ha caracterizado por tradición en poseer una amplia producción de café, mismo que es apetecido por propios y extraños. Según Fórum café (2019) en estudios realizados en 2018 por LMC International Ltd. sobre el consumo nacional, señala que este se distribuye en 2.700 toneladas de café tostado y molido; y 4.300 toneladas de café soluble, lo que arroja un incremento interanual del 2% para este tipo de cafés y de un 10% para las presentaciones de café tostado en grano y molido. En ese contexto y ante el crecimiento productivo del sector cafetalero y su consumo en un mundo globalizado donde los consumidores son cada vez más exigentes y buscan nuevas formas de satisfacer sus necesidades, se pudo identificar que en el mercado únicamente se comercializa presentaciones de café soluble y café pasado, el cual consiste en pasar el café sobre un filtro de tela. Ante este panorama y la inexistencia de nuevas presentaciones para el consumo de café nace el proyecto de factibilidad para producción y comercialización de café pasado en bolsas de té, las cuales vendrán en cajas de 15 unidades cada una; el cual pretende ser una opción más de consumo, de fácil preparación e ideal para aquellos que gustan del café pasado, pero con menos esfuerzo y tiempo a la hora de prepararlo.

El presente trabajo de investigación se compone de varios apartados, entre los cuales resaltan: Marco Teórico, desde donde se aborda un marco referencial, sumado a esto la parte teórica y conceptual que facilitó abordar el problema y sustentarlo desde un punto

de vista teórico, para lograr orientar el trabajo de forma coherente. Es decir, el marco teórico comprende toda la revisión de teorías previas que están inmersas dentro del tema de tesis planteado, el cual fue utilidad en su conjunto para interpretar los resultados de la investigación. Dentro de la metodología se presentan los materiales, métodos, determinación del tamaño de la muestra y procedimiento, los cuales en su conjunto fueron aplicados de forma ordenada y sistemática con el fin de lograr recabar, ordenar y analizar la información obtenida. Así mismo, constituye una etapa donde se expone, describe y razona sobre los criterios adoptados de la metodología con el objetivo de dar mayor validez a los resultados del estudio de investigación.

Seguidamente se presenta los resultados del procesamiento de las encuestas, para lo cual se aplicó tres tipos de encuestas; dirigidas a demandantes con una muestra total de 397 encuestas aplicadas; oferentes con una muestra total de 14 encuestas; y proveedores con una muestra total de 6 encuestas. Una vez que se obtuvo la información esta fue tabulada, analizada y representada mediante tablas y gráficos estadísticos con su correspondiente análisis por cada pregunta.

Dentro de la discusión se efectuaron cinco estudios:

Estudio de mercado, con base en los resultados obtenidos de las encuestas se logró determinar una demanda potencial y real de 13.145.454 cajas de café; un consumo per cápita anual de 228 cajas de café; una demanda efectiva de 9.295.151 cajas de café. Una oferta de 579.985 cajas de café, resultando una demanda insatisfecha de 8.715.166 cajas de café. Así mismo consta un plan de comercialización, diseño de logotipo, diseño de etiqueta del producto, descripción del canal de distribución, el tipo de promoción y publicidad del producto, el cual será a través de un fan page en la red social de Facebook.

Estudio Técnico, aquí se abordó el tamaño del proyecto en función de la capacidad instalada donde se obtuvo 1.127.120 cajas de café laborando 24H; una capacidad utilizada

de 268.656 cajas de café laborando 8H con un 100% de la capacidad para los 5 años de vida del proyecto. Seguidamente se determinó la localización de la empresa tanto a nivel macro y micro mediante la herramienta de matriz de valoración del método cuantitativo por puntos, donde se logró determinar que la empresa Air Coffee estará localizada en la ciudad de Loja, sector El Valle, barrio San José, en las avenidas: Francisco Arias 73-122 y Clotario Paz. Así mismo gráficamente se muestra la distribución de la planta y del componente tecnológico necesario para la producción conforme al proceso productivo.

Estudio de organización y legal, en el cual se realizó la filosofía institucional de la empresa donde consta la misión, visión, valores y objetivos estratégicos. Seguidamente se define la constitución legal de la empresa, la cual se estableció como Compañía de Responsabilidad Limitada. Así mismo se diseñó los organigramas (estructural, funcional y de posición), y manuales de funciones para cada uno de los puestos de la empresa.

Estudio económico, en este se detallan las inversiones en tres tipos de activos: fijos, diferidos y de capital de trabajo, donde se determinó que la inversión total requerida para dar inicio al proyecto es de USD. 36.249,08 dólares americanos, mismos que se financian por capital propio (socios) con un porcentaje del 58,62% que corresponde a USD. 21.249,08 y capital externo (Crédito BanEcuador) con el 41,38% que corresponde a USD.15.000.00. Continuando se muestran las depreciaciones de los activos fijos, presupuesto general de operaciones que para el primer año es de USD. 233.101,17 donde se detalla los costos primos, costos indirectos de fabricación, gastos administrativos, gastos de ventas, gastos financieros y otros gastos; con base en esa información se procede al análisis de los costos, donde se logró determinar el costo unitario de USD. 0,87 centavos de dólar por unidad producida, un precio de venta al público de USD. 1,10 con un margen de utilidad para el primer año del 27%, con ventas totales para el primer año

de USD. 296.038,49; así mismo se detallan los costos fijos, variables, el margen de contribución unitario; y con base en esos resultados se desarrolló los puntos de equilibrio.

Estudio financiero, para efectos de este estudio se tomó como base los resultados obtenidos en el estudio económico, donde se efectuaron dos tipos de estados financieros: en el estado de resultados se obtuvo una utilidad para el primer año de USD. 27.617,68; mientras que en el flujo de caja se obtuvo un valor positivo de USD. 43.774,70 para el primer año.

Para la **Evaluación Financiera** se tomó como base los resultados obtenidos en el estudio económico y financiero; donde se llevó a cabo el análisis de la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) que corresponde al 17,51%, la cual fue de utilidad para la obtención del Valor actual neto (VAN) donde se tiene un valor positivo de USD. 96.112,97; el período de recuperación de la inversión (PRI) será de 11 meses y 19 días; en la relación beneficios costo (RBC) se obtuvo una rentabilidad de USD. 0,24 centavos de dólar. En la tasa interna de retorno (TIR) se tuvo un 114,61% superior a la TMAR; y en el análisis de sensibilidad (AS) se tiene que el proyecto puede soportar un máximo de 15,70% con incremento en precios y un máximo de 7,50% en disminución de ingresos.

Finalmente, con base en los estudios realizados se procedió a la elaboración de conclusiones y recomendaciones donde se evidencia que se logró cumplir con los objetivos planteados, ya que los resultados obtenidos demuestran que el proyecto es viable para su ejecución en la ciudad de Loja. Adicionalmente la presente investigación se complementa con bibliografía y anexos que aportan de forma significativa a una mejor comprensión de los contenidos.

4. Marco Teórico

4.1 Marco Referencial

Ecuador tiene una gran historia en la caficultura, que inicia con la introducción al país en el año 1830 para posteriormente ser el primer producto de exportación. De la superficie total de producción el 68% es café arábigo y un 32% robusta. En las provincias de Loja, Manabí y en la Cordillera Occidental de los Andes se caracterizan por la producción en mayor cantidad del café arábigo; siendo este el de mayor calidad. Mientras que en las provincias de Sucumbíos y Orellana se cultiva mayormente robusta. Al sur del país en la Zona 7, la provincia de Loja se caracteriza por su gran actividad en el agro, es reconocida a nivel nacional por sus cualidades culturales, la producción y comercialización de café (Rojas Landacay, 2019). Loja tiene una extensión aproximada de 11.000 Km², con un clima variable y una temperatura promedio de 16° centígrados, sus zonas cafetaleras se encuentran entre 1500 y 1700 metros de altura sobre el nivel del mar, sumado a esto los buenos suelos productivos hacen de Loja una de las productoras del mejor café en todo el país, en dónde es posible llegar a conocer desde el cultivo hasta la cosecha, además su proceso de elaboración, mismo que ha jugado un papel importante en la economía de la provincia, generando fuentes de empleo para un gran porcentaje de la población económicamente activa. (McAteer, 2005, pág. 7)

Con los antecedentes anteriores Suquilanda Yaguachi (2015) en su trabajo de investigación tuvo como objetivo general la implementación de una empresa productora de café gourmet en sobres filtrantes y su posterior comercialización en el mercado lojano. Como objetivos específicos constan la realización de un estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional y finalmente la realización de un estudio económico financiero. Entre los resultados pudo determinar que existía una demanda insatisfecha de

52.719 cajas de 20 gr. de café gourmet. Dentro de los indicadores financieros, indica que la relación beneficio-costo obtuvo que por cada dólar invertido obtiene 0,15 centavos; un VAN (valor actual neto) positivo de \$10.097,66; una TIR (tasa interna de retorno) del 22,76% que es mayor al costo de oportunidad del capital; un periodo de recuperación de capital de 4 años 7 meses y 28 días; en lo referente al análisis de sensibilidad indica que incrementado los costos en un 6,86% obtiene un coeficiente de sensibilidad de 0,99 y reduciendo los ingresos en un 5,95%, se obtiene el 0,99%, lo que indica que el proyecto no es sensible a las variaciones. (Suquilanda Yaguachi, 2015)

Por otra parte Merino Jiménez (2017) en su trabajo de tesis tuvo como objetivo general efectuar un “Proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa procesadora de café de altura en la parroquia Vilcabamba y su comercialización en la ciudad de Loja”; como objetivos específicos tuvieron la realización de un estudio de mercado que permita establecer la demanda y la oferta; elaboración de un estudio técnico; estructurar el estudio administrativo - legal de la empresa; y la realización de un estudio y evaluación financiera para efectos de viabilidad del proyecto. Entre los resultados obtuvieron una demanda insatisfecha para el primer año de 1.649.528,19; una demanda efectiva del 92%, con un consumo per cápita de 60 libras mensuales de café por familia. En lo que respecta al estudio financiero obtuvieron los siguientes resultados: un Valor Actual Neto (VAN) favorable de USD 658.583,75; una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 75,37%; la Relación Beneficio Costo (RB/C), por cada dólar invertido en el proyecto obtienen 0,29 ctvs. de rentabilidad; el Periodo de Recuperación de Capital (PRC) es de 1 año, 5 meses y 19 días; el Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos del 14,30% dando un total del 0,98% y el análisis de sensibilidad en la disminución en los ingresos del 11,20% dando un total del 0,96% lo que representa una sensibilidad menor

a 1, es así que en base a esos resultados concluyen que el proyecto es viable. (Merino Jiménez, 2017)

Así mismo Arechúa Caicedo y Menéndez Cárdenas (2016) tuvieron como objetivo general diseñar un plan estratégico para la conformación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de café orgánico en saquitos filtrantes en la ciudad de Guayaquil. Como objetivos específicos constan el análisis de bases teóricas y referenciales para diseñar el plan estratégico; analizar la situación actual del café en Ecuador, determinar el mercado de producción del café orgánico; realizar una investigación de mercado y finalmente llevar a cabo un análisis técnico-financiero para determinar la viabilidad del proyecto. Mediante la realización del estudio de mercado obtuvieron que las personas que consumen mayor café es el sexo femenino con un 64%, consumiendo el 43% todos los días, el 61% en el hogar, adquiriéndolo en las tiendas con un 29% y en los supermercados un 53%; logrando determinar una demanda mensual de 11.151 cajas que contienen 25 sobres filtrantes de café orgánico. En lo referente al análisis financiero indican que obtuvieron un VAN (valor actual neto) positivo de \$481.064,49; una TIR (tasa interna de retorno) de 79,36%; la relación beneficio costo fue de \$5,23 lo que representa que por cada dólar invertido se obtiene un beneficio de \$4,23; por lo cual finalmente las autoras indican que el proyecto es viable. (Arechúa Caicedo & Elizabeth, 2016)

Mientras que Cabrera y Marín (2013) plantearon la creación de un producto denominado “CafeteaTe” el cual se trata de un producto natural y saludable bajo en nivel de cafeína, el cual fue dirigido principalmente a las personas que laboran en oficinas, donde determinaron que existía competencia directa e indirecta y que su mercado objetivo desconocía la existencia de un producto parecido. Otro de los aspectos que destacan los autores es que el producto tenía una gran aceptación por parte de los posibles

consumidores y que se demostraba en la tabulación de las encuestas. Así mismo se destaca que la maquinaria y materia prima necesitada para la producción de “CafeteaTe” se encontraba en el mercado local y que estos no eran costosos y son de fácil de manejo, por ende, no se necesitaba de expertos para manejar la maquinaria. Mediante el estudio técnico determinaron que el precio de venta al público del producto “Cafetea Te” es de \$1,97 más IVA. En el estudio financiero determinaron que la inversión requerida para dar inicio al proyecto era de \$18.000 dólares americanos; así mismo indican que el proyecto era rentable al tener un VAN (valor actual neto) positivo de \$26.416,21 y una TIR (tasa interna de retorno) equivalente al 31,27%; lo que se traduce en que el proyecto podía llevarse a cabo y obtener una rentabilidad. (Cabrera Álvarez & Marín Sarmiento, 2013)

Todos los trabajos de investigación mencionados anteriormente son mucha valía y utilidad ya que tienen relación con mi trabajo de investigación; además constituyen una guía a considerar en cada aspecto a estudiar cómo es de estudio de mercado, estudio organizacional, estudio técnico, estudio económico – financiero y evaluación financiera.

4.2 Marco teórico

4.2.1 Proyecto

Un proyecto consiste en la búsqueda y solución inteligente al planteamiento de un problema el cual busca satisfacer una necesidad. En ese contexto pueden surgir diferentes ideas, inversiones distintas, tecnología y metodologías de diversos enfoques; todas ellas orientadas a satisfacer necesidades humanas desde diversos campos: educación, alimentación, salud, ambiente, cultura entre otros (Baca Urbina, 2010, pág. 2).

4.2.2 Proyecto de inversión

Consiste en una propuesta técnica y económica para dar solución a un problema que se genera dentro de la sociedad mediante el uso de recursos humanos, materiales y tecnológicos disponibles; mediante una serie de estudios que faciliten al inversionista conocer si un proyecto es viable o no es viable (Córdova Padilla, 2011, pág. 2).

4.2.3 Ciclo de vida de los proyectos

Los proyectos de inversión constan de cuatro fases (Córdova Padilla, 2011):

1. Preinversión: consiste en identificar, formular, evaluar el proyecto y establecer la forma en que se llevara a cabo para resolver problemas o atender las necesidades que le da origen (pág. 9).
2. Inversión o ejecución: esta fase consiste en el proceso de implementación del proyecto, siempre y cuando se haya definido el modelo a seguir donde se materializan todas las inversiones previas a la ejecución (pág. 13).
3. Operación: es aquella donde la inversión ya se encuentra en ejecución, es decir el proyecto entra en operación y se inicia el proceso para la obtención del producto o servicio (pág. 14).
4. Evaluación de resultados: consiste en evaluar el impacto real del proyecto ya en operación, con el fin de proponer acciones correctivas en caso de ser necesario.

4.2.4 Estudio de mercado

El estudio de mercado es la primera fase de investigación formal de un estudio; en ese contexto Córdova (2011) indica que consiste en la identificación del producto, características del mercado, análisis de la demanda y oferta, estudio de precios, estudio

de comercialización y posicionamiento del producto en el mercado (Córdova Padilla, 2011, págs. 7, 8).

4.2.4.1 Mercado

Es el área geográfica donde interactúan compradores y vendedores, o la relación que guardan entre sí la oferta y la demanda de un producto determinado (Morales & Morales, 2009, pág. 44).

4.2.4.2 Producto

Consiste en ofrecer un bien que puede ser tangible o intangible a un mercado con el fin de satisfacer un deseo o necesidad (Morales & Morales, 2009, pág. 53)

4.2.4.3 Demanda

La demanda consiste en la cantidad y calidad de productos (bienes y servicios) que pueden ser adquiridos por los consumidores a un precio y momento determinado con el fin de satisfacer una necesidad específica (Córdova Padilla, 2011, pág. 62).

4.2.4.4 Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra permite a los investigadores conocer cuántos individuos son necesarios estudiar, para estimar un parámetro determinado con el grado de confianza deseado (García, Bernal, & López, 2013, pág. 218). En ese contexto para calcular el tamaño de la muestra se puede hacer uso de la siguiente fórmula:

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

4.2.4.5 Muestreo

Consiste en un conjunto de reglas, procedimientos y criterios mediante el cual se busca determinar un conjunto de elementos de una población que representan lo que sucede en toda esa población (López, 2004, pág. 69).

4.2.4.6 Análisis de la demanda

La demanda constituye un elemento importante y el más complejo dentro del mercado; el análisis de la demanda permite conocer la estructura de consumo, la estructura de los consumidores, la estructura geográfica de la demanda, la interrelación de la demanda, motivos que originan la demanda, necesidades potenciales y el potencial del mercado (Córdova Padilla, 2011, pág. 63).

- **Demanda potencial:** consiste en la cuantificación de los requerimientos de bienes o servicios de la población, independientemente de que ésta pueda o no adquirirlos en un momento determinado (Morales & Morales, 2009, pág. 55).
- **Demanda real:** es la cantidad de bienes o servicios que la población puede adquirir; el cual está ligado a la capacidad adquisitiva de los demandantes (Morales & Morales, 2009, pág. 56).
- **Demanda efectiva:** es la cantidad de bienes o servicios que los consumidores desean y pueden adquirir a cambio de un precio en un momento determinado (Westreicher, s.f.).

4.2.4.7 Oferta

Es la cantidad de bienes o servicios que los diversos fabricantes, productores o prestadores de servicio ponen en el mercado a disposición de los consumidores con el objetivo de satisfacer sus necesidades (Morales & Morales, 2009, pág. 69).

4.2.4.8 Análisis de la oferta

Tiene como finalidad establecer las condiciones y cantidades de un bien o servicio que se pretenden vender en el mercado, lo cual permite evaluar fortalezas y debilidades e implementar estrategias para mejorar la ventaja competitiva (Corvo, s.f.).

4.2.4.9 Balance Demanda – Oferta

Se describe como la interacción entre los consumidores (demandantes) y productores (oferentes) que se da dentro del mercado, con relación al precio y ventas de dicho bien (Mora, Eugenio, Vega, Torcedillas, & Zamorano-Armenta, 2008, pág. 300); presentándonos tres escenarios posibles:

1. **Demanda insatisfecha.** – esta sucede cuando la demanda supera a la oferta, es decir son los bienes y servicios que aún no se han cubierto en el mercado (Vásquez, s.f.).
1. **Sobreoferta.** – cuando la oferta es mayor que la demanda.
2. **Equilibrio de mercado.** – punto en el que la demanda y oferta son iguales.

4.2.4.10 El precio

Es el valor expresado en términos monetarios a cambio de un bien o servicio; y es el regulador entre oferta y demanda, excepto cuando existan aranceles e impuestos. El estudio de precios es de gran relevancia dentro de un estudio de mercado ya que de la fijación del precio dependerá el éxito del producto o servicio a ofrecer (Córdova Padilla, 2011, pág. 77).

4.2.4.11 Etiqueta

La etiqueta es uno de los elementos más importantes en la venta de cualquier bien comercial, ya que esta muestra la identificación que permite al cliente conocer las características fundamentales del producto, así como otras informaciones significativas.

En nuestro país según la (Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria, 2016) para el etiquetado de alimentos deben mostrarse: sistema gráfico, ingredientes o composición, tabla nutricional, alimentos transgénicos (solo si se ha modificado genéticamente), número de lote, notificación sanitaria, forma de conservación, nombre del producto y marca, y la fecha de elaboración y vencimiento.

4.2.4.12 Distribución

“Es la transferencia de un bien o servicio del productor al consumidor o usuario industrial” (Córdova Padilla, 2011, pág. 78).

4.2.4.13 Canales de distribución

Son todos los medios o rutas de los cuales se vale la mercadotecnia para hacer llegar los productos o servicios hasta el consumidor en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes para ambos (Córdova Padilla, 2011, pág. 79).

4.2.4.14 Tipos de canales de distribución

Los canales de distribución están influenciados por el número de intermediarios que intervengan, lo cual puede afectar directamente en el precio, así estos pueden ser (Morales & Morales, 2009):

- **Productores-consumidores:** el productor vende directamente al consumidor (pág. 76).
- **Productores-minoristas-consumidores:** en este caso existe un solo intermediario entre el comprador y el productor (pág. 76).
- **Productores-mayoristas-minoristas-consumidores:** el mayorista vende al minorista y finalmente éste al consumidor (pág. 76).
- **Productores-agentes-mayoristas-minoristas-consumidores:** en la medida que la empresa tiene mayor cobertura de mercado, es mayor el canal de distribución utilizado (pág. 76).

(Morales & Morales, 2009)

4.2.4.15 Promoción

Es una actividad que actúa como estímulo directo al producto el cual pretende darle un valor adicional, esta incluye actividades promocionales, publicidad, propaganda y el empaque (Morales & Morales, 2009, pág. 76).

4.2.5 Estudio técnico

Consiste en dar respuesta a las interrogantes básicas: ¿cuánto, dónde, cómo y con qué producirá mi empresa?, así mismo esta etapa comprende aquellas actividades como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado (Córdova Padilla, 2011, pág. 106).

En ese contexto el estudio técnico comprende:

4.2.5.1 Tamaño del proyecto

Se define como la capacidad de producción durante un período de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata y se expresa en número de unidades del producto medido en función de peso, volumen, área, etc. que se puede elaborar en un período de tiempo que puede ser: año, mes, día, horas (Viñan, Puente, Ávalos, & Córdova, 2018, pág. 30).

4.2.5.2 Capacidad

Corresponde a la unidad de medida del tamaño del producto donde se establece la cantidad de producción o de prestación de servicio por unidad de tiempo.

En ese contexto se puede identificar tres tipos de capacidades (Córdova Padilla, 2011):

- 1. Capacidad diseñada o teórica:** corresponde al nivel máximo posible de producción de prestación de un servicio en función de máquina (pág. 108).

2. **Capacidad instalada:** corresponde al nivel máximo de producción o prestación de servicios que los trabajadores con la maquinaria, equipos e infraestructura disponible pueden generar permanentemente (pág. 108).
3. **Capacidad real o utilizada:** es el porcentaje de la capacidad instalada que en promedio se está utilizando, teniendo en cuenta las contingencias de producción y ventas, durante un tiempo determinado (pág. 108).

(Córdova Padilla, 2011)

4.2.5.3 Localización

Consiste en identificar y analizar los factores que influyen en la decisión de la localización con el objetivo de buscar el sitio óptimo donde se localizará la unidad de producción y se logre obtener la mayor rentabilidad (Viñan, Puente, Ávalos, & Córdova, 2018, pág. 31).

El estudio de la localización se da en dos niveles: nivel macro o zona donde se ubicará la planta, y a nivel micro o el lugar específico.

4.2.5.4 Macrolocalización

Se refiere a la ubicación de la macro zona donde se ubicará la planta. Ésta tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente (Córdova Padilla, 2011, pág. 119).

4.2.5.5 Microlocalización

Consiste en identificar el lugar específico o el terreno donde se ubicará la planta y las instalaciones del proyecto (Morales & Morales, 2009, pág. 93); este a su vez se realiza de manera simultánea con la determinación de las especificaciones de las instalaciones, maquinaria y tamaño de la planta de producción.

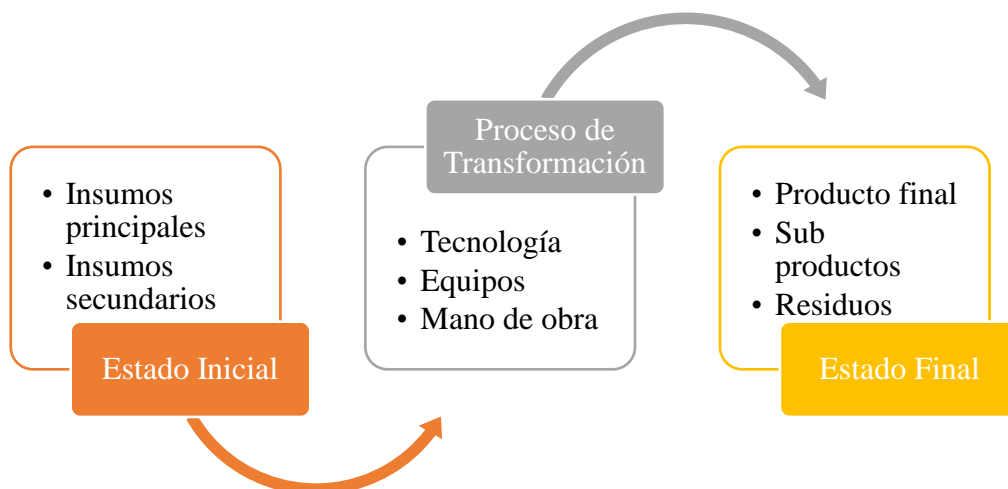
4.2.5.6 Ingeniera de la planta

Consiste en resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta lo que conlleva a la adopción de una determinada tecnología y la instalación de obras físicas o servicios básicos (Córdova Padilla, 2011, pág. 122). Además, se ocupa del almacenamiento y distribución del producto, métodos de diseño, trabajos de laboratorio, empaques de productos, obras de infraestructura y de sistemas de distribución.

4.2.5.7 Proceso de producción

Consiste en un procedimiento técnico donde los insumos o materias primas son transformados para la obtención de un producto mediante la participación de la tecnología, los materiales y las fuerzas de trabajo (Viñan, Puente, Ávalos, & Córdova, 2018, pág. 43).

Ilustración 1 Proceso global de transformación



Fuente: Formulación y Evaluación de Proyectos (Córdova Padilla, 2011, pág. 123)

4.2.5.8 La tecnología de producción

Se define como el conjunto de conocimientos ordenados que se expresan en máquinas, equipo o procesos, es decir, constituyen el Know How (saber hacer las cosas) (Morales & Morales, 2009, pág. 98).


4.2.5.9 Distribución de maquinaria y equipo en planta

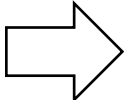
Consiste en ordenar los diversos equipos, instalaciones, y máquinas que se utilizan en el proceso productivo para lograr su aprovechamiento en conjunto (Morales & Morales, 2009, pág. 99).

4.2.5.10 Diagrama del proceso

Consiste en la representación de cada operación dentro del proceso productivo el cual se puede realizar de dos formas:


- **Diagrama de bloques:** consiste en que cada operación va dentro de un rectángulo y se une a la anterior y posterior por medio de flechas que indican la secuencia (Viñan, Puente, Ávalos, & Córdova, 2018, pág. 45).
- **Diagrama de flujo:** se utiliza una simbología para representar cada operación a realizarse, esta es según (Córdova Padilla, 2011, pág. 133):

 Operación o acción

 Transporte

 Demora

 Almacenamiento

 Inspección

 Operación combinada

4.2.6 Estudio de la Organización

Consiste en proporcionar una estructura formal encaminados al logro de objetivos propuestos, asignando actividades a los diferentes niveles y definiendo cada uno de los mecanismos de coordinación (Córdova Padilla, 2011, pág. 158). En esta fase se establecen políticas, procedimientos y programas los cuales deberá seguir la organización a fin con el fin de alcanzar los objetivos propuestos o de alguna de sus áreas específicas (Morales & Morales, 2009, pág. 108).

4.2.6.1 Diseño Organizacional

El diseño organizacional consiste en estructurar de manera ordenada y sistemática las diversas áreas de una organización (Louffat, 2017); es decir está orientada a brindar las condiciones óptimas para que pueda operar con normalidad.

4.2.6.2 Filosofía de la empresa

Se define como el campo de interrelación entre el entorno de la empresa y el propio diseño y organización de la misma, es decir define los principios que dan transparencia y generan confianza en las relaciones dentro de la empresa y por otro lado los principios de comportamiento a los que se debe orientar tanto la cultura empresarial como las estructuras organizativas (García S. , 1994, págs. 202-203).

- **Misión**

Es la razón de ser, el propósito o motivo por el cual existe y por tanto da sentido y guía a las actividades de la empresa (García J. , 2015).

- **Visión**

Es la declaración de aspiración de la empresa a mediano y largo plazo, es decir como se ve la empresa en un futuro (García J. , 2015).

- **Valores**

Constituyen los principios que rigen la misión, visión y el compromiso con sus clientes (Orellana, s.f.)

- **Objetivos**

Según (Córdova Padilla, 2011) se refiere al resultado que se desea alcanzar o lograr dentro de un periodo de tiempo determinado (pág. 163), estos a su vez están relacionados con:

- Estrategias: inicia con formular el ¿cómo? (pág. 164)
- Planes de acción: consiste en dar respuesta al ¿cómo? (pág. 164)
- Presupuesto: es el compromiso de la empresa y este se materializa en números (pág. 164).

4.2.6.3 Organización legal de la empresa

Consiste en regular las diferentes relaciones de los miembros de una empresa, mismos que deben estar encaminados y en cumplimiento de la constitución y la ley del país donde se encuentra la empresa (Córdova Padilla, 2011, pág. 165). Los tipos de compañías permitidas en el Ecuador según Superintendencia de Compañías Valores y Seguros (Supercias, 2014) son:

4.2.6.4 Compañía en nombre colectivo.

Nro. de socios. - La compañía en nombre colectivo se contrae entre dos o más personas que hacen el comercio bajo una razón social.

Nombre. - La razón social es la fórmula enunciativa de los nombres de todos los socios, o de algunos de ellos, con la agregación de las palabras " y compañía".

Capital mínimo: La Ley no señala para esta compañía un mínimo de capital fundacional. Para la constitución de la compañía será necesario el pago de no menos del cincuenta por

ciento (50%) del capital suscrito. Las aportaciones pueden ser dinero o bienes muebles o inmuebles.

4.2.6.5 Compañía en comandita simple

Nro. de socios. - La compañía en comandita simple existe bajo una razón social y se contrae entre uno o varios socios llamados socios comanditarios, cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes.

Nombre. - La razón social será, necesariamente, el nombre de uno o varios de los socios solidariamente responsables, al que se agregará siempre las palabras “compañía en comandita”.

Capital. – para esta compañía no existe un mínimo de capital fundacional.

4.2.6.6 Compañía en comandita simple dividida por acciones

Nombre. - La compañía en comandita por acciones existirá bajo una razón social que se formará con los nombres de uno o más socios solidariamente responsables, seguidos de las palabras "compañía en comandita" o su abreviatura.

Capital. - El capital de esta compañía se dividirá en acciones nominativas de un valor nominal igual. La exclusión o separación del socio comanditado no es causa de disolución, salvo que ello se hubiere pactado de modo expreso.

4.2.6.7 Compañía de responsabilidad limitada

Nro. de socios. – la compañía se constituirá con tres socios, como mínimo, o con un máximo de quince.

Nombre. – en esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva. Deberá ser aprobado por la secretaria general de la superintendencia de compañías.

Capital. – se constituirá con \$400 dólares.

4.2.6.8 Compañía anónima

La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

Nombre. - La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de “compañía anónima” podrán ser entre dos o más personas.

Capital. - El capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de 800 dólares o más. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción.

4.2.6.9 Compañía de economía mixta

El Estado y los organismos del sector público, podrán participar, conjuntamente con el capital privado, en el capital y en la gestión social de esta compañía.

Capital. - Las entidades podrán participar en el capital de esta compañía suscribiendo su aporte en dinero o bienes muebles e inmuebles, efectos públicos y negociables, así como también mediante la concesión de prestación de un servicio público por un período de tiempo determinado.

(Supercias, 2014)

4.2.6.10 Organización Administrativa

Comprende toda actividad organizada donde se plantea una división del trabajo y una coordinación de esas tareas para llegar al trabajo final. (Córdova Padilla, 2011, pág. 168)

Todo esto nos lleva a distribuir, asignar y coordinar las tareas dentro de la organización.

4.2.6.11 Organigrama

Es el diagrama de organización de un negocio, empresa, trabajo o cualquier entidad que generalmente contiene las principales áreas dentro del organismo. Representa una herramienta fundamental en toda empresa y sirve para conocer su estructura general (Córdova Padilla, 2011, pág. 169).

4.2.6.12 Áreas funcionales de la empresa

Son los departamentos o áreas funcionales para coordinar los componentes de la empresa y alcanzar los objetivos establecidos. Se pueden encontrar las siguientes áreas (Risco, 2013):

- a. Área de dirección:** encargada de coordinar todas las áreas funcionales y de las decisiones estratégicas de la empresa (pág. 29).
- b. Área de Recursos Humanos:** encargada de todo el proceso de reclutamiento de personal (pág. 29).
- c. Área de Producción:** comprende actividades del suministro y combinación de los diferentes factores productivos para la obtención del producto a comercializar (pág. 29).
- d. Área Comercial:** encargada de hacer llegar a los consumidores los bienes y servicios que produce la empresa, así como la realización de los estudios de mercado y campañas publicitarias (pág. 29).
- e. Área de Finanzas:** se encarga de la captación, administración y suministrar los recursos financieros para la operación de la empresa, así como el registro contable (Risco, 2013, pág. 30).

4.2.6.13 Niveles Jerárquicos de la Empresa

Son la dependencia y relación que tienen las personas dentro de la empresa, estos son (Gavilanes Sánchez José Omar, 2016):

Nivel directivo

Las funciones principales son; legislar políticas, crear y normas procedimientos que debe seguir la organización. Así como también realizar reglamentos, decretar resoluciones que permitan el mejor desenvolvimiento administrativo y operacional de la empresa.

Nivel ejecutivo

Es el segundo al mando de la organización, es el responsable del manejo de la organización, su función consistente en hacer cumplir las políticas, normas, reglamentos, leyes y procedimientos que disponga el nivel directivo. Así como también planificar, dirigir, organizar, orientar y controlar las tareas administrativas de la empresa.

Nivel asesor

No tiene autoridad en mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, contable, industrial y demás áreas que tenga que ver con la empresa.

Nivel auxiliar o de apoyo

Apoya a los otros niveles administrativos, en la prestación de servicios, en forma oportuna y eficiente.

Nivel operativo

Constituye el nivel más importante de la empresa y es el responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de la empresa, siendo el pilar de la producción y comercialización.

(Gavilanes Sánchez José Omar, 2016)

4.2.6.14 Manual de funciones

Constituye el documento formal que compila las diferentes descripciones de puestos de trabajo de una organización (Aiteco Consultores, 2019).

4.2.7 Estudio Económico

Consiste en determinar cuál es el monto necesario en términos monetarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta, así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto (Baca Urbina, 2010, pág. 139).

4.2.7.1 Costo

Es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado (costos hundidos), en el presente (inversión), en el futuro (costos futuros) o en forma virtual (costo de oportunidad) (Baca Urbina, 2010, pág. 139).

4.2.7.2 Inversión total inicial: fija y diferida

La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo (Baca Urbina, 2010, pág. 143).

Activo fijos o tangibles: son los bienes de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros (Baca Urbina, 2010, pág. 143).

Activo diferidos o intangibles: conjunto de bienes de la empresa, necesarios para su funcionamiento, como son: patentes, marcas, diseños comerciales o industriales, nombres comerciales, asistencia técnica, gastos preoperativos, de instalación y puesta en marcha, contratos de servicios (como luz, teléfono, internet, agua, corriente trifásica y servicios notariales) (Baca Urbina, 2010, pág. 143).

4.2.7.3 Capital de trabajo

Está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa (Baca Urbina, 2010, pág. 145).

4.2.7.4 Punto de Equilibrio

Es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables; este se puede calcular en forma gráfica y en forma matemática (Baca Urbina, 2010, págs. 148-149).

4.2.8 Estudio Financiero

Consiste en determinar la cantidad de recursos económicos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, el costo total de operación de la planta que incluye todos los costos de producción, gastos de administración y ventas, así como una serie de indicadores que servirán como base para la siguiente fase que es la evaluación (Viñan, Puente, Ávalos, & Córdova, 2018, pág. 50).

4.2.8.1 Depreciaciones

Es la pérdida del costo que sufre un bien por el desgaste como consecuencia del uso en el proceso productivo. Para efectos de cálculo de este rubro se debe considerar la vida útil de cada activo; en Ecuador los límites fijados por la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno (LORTI, 2016):

Tabla 1 Porcentajes de depreciación

Descripción	Años de vida útil	Porcentaje de depreciación
Edificios	20	5%
Vehículos	5	20%
Maquinaria, equipo, muebles	10	10%
Equipo de computo	3	33.33%

Fuente: Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno (LORTI, 2016)

Elaboración: Henry Barragán

4.2.8.2 Financiamiento

Comprende la búsqueda de los recursos necesarios para que la empresa pueda operar; las fuentes de financiamiento pueden ser de dos formas (Viñan, Puente, Ávalos, & Córdova, 2018):

- Fuentes Internas: dinero propio, utilidades no repartidas, venta de activos, depreciación (pág. 68).
- Fuentes Externas: constituidas por los créditos de entidades financieras a corto o largo plazo, inversores, entre otros (pág. 68).

4.2.8.3 Presupuesto de Ingresos y Gastos

Contiene el detalle de todos los ingresos y gastos presupuestados en el tiempo, de tal forma que facilite el establecimiento del flujo de caja proyectándolo durante la vida útil del proyecto (Córdova Padilla, 2011, pág. 195). En la elaboración de los presupuestos se tiene en cuenta la información recolectada en los estudios de mercado, estudio técnico y la organización del proyecto, ya que unos originan los ingresos y otros los gastos e inversiones.

4.2.8.4 Estados Financieros

Reflejan la información financiera de la empresa, los cuales son de vital importancia para el proceso siguiente de evaluación financiera. Los más representativos son:

- **Estado de resultados o pérdidas y ganancias**

Proporciona información correspondiente a un periodo determinado (por lo general un año). De los ingresos se deducen los costos y los gastos, con lo cual, finalmente, se obtienen las utilidades o pérdidas, así como el monto de los impuestos y repartos sobre utilidades (Morales & Morales, 2009, pág. 164).

- **Estado de flujo de caja**

Es un estado financiero que mide los movimientos de efectivo, excluyendo aquellas operaciones que, como la depreciación y amortización, constituyen una salida de dinero (Córdova Padilla, 2011, pág. 210).

4.2.9 Evaluación Financiera

Es la medición de factores concurrentes y coadyuvantes cuya naturaleza permite definir la factibilidad de ejecución del proyecto, es decir se fundamenta en la necesidad de establecer las técnicas para determinar lo que está sucediendo en la organización (Córdova Padilla, 2011, pág. 228).

4.2.9.1 Valor Actual Neto (VAN)

Para (Morales & Morales, 2009) se define como la suma de los valores actuales o presentes de los flujos netos de efectivo, menos la suma de los valores presentes de las inversiones netas (pág. 186). En ese contexto, la regla general para aceptar un proyecto por el VAN será (Viñan, Puente, Ávalos, & Córdova, 2018, pág. 84):

- $VAN > 0$ proyecto aceptado
- $VAN = 0$ no representa ganancias ni pérdidas
- $VAN < 0$ proyecto rechazado

Fórmula: $VAN = \text{Sumatoria de flujos actualizados} - \text{Inversión}$

4.2.9.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

“Es la tasa de descuento a la que el valor presente neto de una inversión arroja un resultado de cero, o la tasa de descuento que hace que los flujos netos de efectivo igualen el monto de la inversión. Esta tasa tiene que ser mayor que la tasa mínima de rendimiento exigida al proyecto de inversión. En términos generales también se interpreta como la tasa

máxima de rendimiento que produce una alternativa de inversión dados ciertos flujos de efectivo”. (Morales & Morales, 2009, pág. 194)

$$\text{Fórmula: TIR} = \text{Tasa menor} + \text{diferencia tasas} \left(\frac{VAN \text{ Menor}}{VAN \text{ Menor} - VAN \text{ Mayor}} \right)$$

4.2.9.3 Periodo de Recuperación de Capital (PRC)

Tiene por objeto medir en cuánto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo de capital involucrado; esto hace que se pueda medir la rentabilidad en términos de tiempo y se interpreta como el tiempo necesario para que el proyecto recupere el capital invertido (Viñan, Puente, Ávalos, & Córdova, 2018, pág. 89).

Fórmula:

$$\text{PRC} = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \text{Sumatoria de primeros flujos}}{\text{Flujo neto del año que supera la inversión}}$$

4.2.9.4 Relación Beneficio – Costo (RBC)

Este índice se usa como medio de clasificación de proyectos en orden descendente de productividad. Si la razón beneficio costo es mayor que 1, entonces se acepte el proyecto; si es menor que 1 el proyecto no es rentable; y si es igual a 1 el proyecto es indiferente (Córdova Padilla, 2011, pág. 240).

$$\text{Fórmula} = \text{RBC} = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

4.2.9.5 Análisis de Sensibilidad (AS)

Es una técnica que estudia el impacto que tienen sobre una variable dependiente de un modelo financiero las variaciones en una de las variables independientes que lo conforman, es decir facilita la observación de cómo afecta un aumento o una disminución en el valor de un factor sobre el resultado final en un análisis financiero. (Arias, 2019)

Fórmula:

$$AS = \frac{\% \text{ de Variación}}{\text{Nueva Tasa Interna de Retorno}}$$

4.2.10 El café

La planta del café se le denomina con el nombre de cafeto, el cual fue descrito por el científico y también botánico Carlos Linneo, perteneciente al género Coffea y a la familia Rubiaceae. El cafeto es un árbol pequeño de tronco recto que en estado silvestre puede alcanzar los 10 metros de altura, mientras que en los cultivos generalmente llegan a medir aproximadamente 3 metros, sus cualidades dependen en su mayoría del tipo de variedad y del lugar donde se produce. Debido a las características de la producción del cafeto, este está delimitado por límites geográficos que comprende los Trópicos de Cáncer y de Capricornio. A nivel mundial se produce en más de 70 países localizados en estos límites, resaltando países como Brasil, Colombia, Indonesia, India y Vietnam. (Figueroa Hernández, págs. 2 - 3)

4.2.10.1 Origen e historia

El café se originó en forma silvestre conocido como Arabica, en el altiplano de Abisinia de más de 1000 m.s.n.m. de Etiopía y Sudán en África. Respecto al descubrimiento de uso como bebida existen varias leyendas, entre las cuales la más aceptada es la del pastor Kaldi de Abisinia, quien al observar que sus cabras saltaban alrededor llenas de energía después de comer hojas y frutos de cierto arbusto, recolecto los frutos y ramas, las cuales colocó al fuego y al tostarse obtuvo un exquisito aroma descubriendo la bebida del café. (Martín Gotteland & Saturnino de Pablo, págs. 105 - 115)

La propagación comercial y el cultivo intensivo datan del siglo XV, cuando los árabes realizaron una importación de su colonia abisinia de Harar. Posteriormente en el siglo XVII el café llega a Europa; en 1727 llega a Brasil proveniente de Sumatra, para luego llegar a Perú y Paraguay. (Alvarado & Rojas, pág. 3) Luego se extiende a Puerto Rico y el Salvador en 1740; Guatemala en 1750; Bolivia, Ecuador y Panamá en 1784; en 1796 y 1798 llega a Costa Rica proveniente de Cuba y Guatemala.

4.2.10.2 Especies y variedades del café

Coffea arabica (café arábica) y *Coffea canephora* (café robusta) son las especies más importantes desde el punto de vista económico, estas se diferencian por la morfología de su fruto y las condiciones climáticas donde se cultiva (Monteros Guerrero, 2016, pág. 1).

Ilustración 2 - Diferencia de almendra seca de café arábica vs café robusta



Fuente: Arábica vs. Robusta (Salazar Uribe, 2019)

- **Coffea arabica:** procedente de Etiopía, presenta características de arbusto grande que puede llegar a medir 5 metros de altura, hojas ovaladas y de color verde oscuro brillante. La floración se da después del periodo de lluvias y sus frutos pasan del color verde a rojos cuando maduran, en un periodo estimado de 7 a 9 meses (Rojo Jiménez, 2014, pág. 114). Es producido en la mayor parte del mundo, debido a la calidad y preferencia de los consumidores.

- **Coffea canephora:** cafeto robusto de porte alto que puede alcanzar 10 metros de altura. Su fruto es redondeado y más pequeño que el Coffea Arabica y puede tardar hasta 11 meses en madurar. Se cultiva en África Central y Occidental, el Sudeste de Asia y una parte en Brasil donde se conoce como Conillón (Rojo Jiménez, 2014, pág. 114).

4.2.10.3 El café en Ecuador

En Ecuador se produce el café en las cuatro regiones (Costa, Sierra, Oriente y Galápagos), de las especies café arabica (62%) y café robusta (38%) debido principalmente a las diversas características climáticas, ubicación geográfica y edafológicas; el café de Ecuador es uno de los mejores producidos en América del Sur y los más demandados en Europa y Estados Unidos (Jiménez Torres Adriana & Massa Sánchez Priscilla, 2015, pág. 122). En el año 2016 Ponce señala que en el Ecuador se exportó café en todas sus presentaciones con un total de 922.005 sacos de 60 kilos equivalentes a \$146.047.532 FOB en divisas; mientras que las exportaciones de café en grano tanto de Coffea Arabica y Coffea Canephora sumaron 84.370 sacos de 60 kilos de café; lo que caracteriza en este sentido al café de gran relevancia social y económica para la subsistencia de muchos productores cafetaleros (Ponce, Orellana, Acuña, Alemán, & Fuentes Figueroa, 2018, págs. 316 - 317).

4.2.10.4 El café en Loja

Esta provincia es reconocida en el ámbito nacional e internacional por su tradición cafetalera y por la producción de un café de calidad. Las condiciones agroclimáticas, los sistemas de producción y los procesos particulares del manejo del cultivo, cosecha y post cosecha otorgan reconocimientos importantes para el café de esta zona del país, entre ellos el primer lugar en el concurso Nacional Taza Dorada, por siete ocasiones en las once ediciones del evento. (Ministerio de Turismo, 2018)

Actualmente, el café arábigo (*Coffea arabica*) y el tipo robusta (*C. canephora*) se cultivan en 20 de las 24 provincias de Ecuador, entre ellas, las tres de la Región 7: El Oro, Loja y Zamora. Loja está considerada como una de las zonas pioneras en la producción de café arábigo, no solo por la cantidad sino por la calidad del producto. (UTPL, 2015)

4.3 Marco conceptual

A continuación, se definen varios términos relacionados al trabajo de investigación con el objetivo de que se pueda comprender mucho mejor.

Activo

Conjunto de bienes y derechos que posee la empresa. (Valle Maestro & Soto, 2007, pág. 64)

Pasivo

Conjunto de deudas y compromisos adquiridos por la empresa. (Valle Maestro & Soto, 2007, pág. 64)

Patrimonio

Se denomina “patrimonio” al conjunto de bienes económicos de propiedad de un ente, de los derechos contra terceros, así como de las deudas, expresados todos en unidades monetarias. (Valle Maestro & Soto, 2007, pág. 62)

Costo

“Están relacionados con la función de producción; es decir, de materia prima directa, de mano de obra directa y de cargos indirectos”. (García Colin, 2008, pág. 10)

Gasto

“Es aquel que se identifica con intervalos de tiempo y no con productos elaborados. Se relacionan con las funciones de venta y administración de la empresa”. (García Colin, 2008, pág. 10)

Depreciación

Es la pérdida de valor de un determinado bien, y este se produce por el transcurso del tiempo, uso, causas físicas y por causas funcionales. (Núñez Scarpellini, 2008, pág. 3)

Valor Residual

Es el monto neto que se obtendría de un bien vendiéndolo en el mercado, una vez finalizada su vida útil. (Núñez Scarpellini, 2008, pág. 2)

Valor Actual

Es el valor del bien, en las condiciones existentes en la fecha de valoración. (Núñez Scarpellini, 2008, pág. 3)

Costos capitalizables

“Son aquellos que se capitalizan como activo fijo o cargos diferidos y posteriormente se deprecian o amortizan a medida que se usan o expiran: dan origen a cargos inventariables (costos) o del periodo (gastos)”. (García Colin, 2008, pág. 10)

Costos de producción (costos)

“Son los que se generan en el proceso de transformar las materias primas en productos elaborados. Son tres elementos los que integran el costo de producción: materia prima directa, mano de obra directa y cargos indirectos”. (García Colin, 2008, pág. 12)

Costos de venta (gastos)

“Son los que se incurren en el área que se encarga de comercializar los productos terminados. Por ejemplo: sueldos y prestaciones de los empleados del departamento de ventas, comisiones a vendedores, publicidad, etcétera”. (García Colin, 2008, pág. 12)

Costos de administración (gastos)

“Son los que se originan en el área administrativa; o sea, los relacionados con la dirección y manejo de las operaciones generales de la empresa. Por ejemplo: sueldos y prestaciones del director general, del personal de tesorería, de contabilidad, etcétera”. (García Colin, 2008, pág. 12)

Costos financieros (gastos)

“Son los que se originan por la obtención de recursos ajenos que la empresa necesita para su desenvolvimiento”. (García Colin, 2008, pág. 12)

Costos directos

“Son aquellos costos que se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminadas o áreas específicas”. (García Colin, 2008, pág. 12)

Costos indirectos

“Son aquellos costos que no se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados o áreas específicas”. (García Colin, 2008, pág. 12)

Costos fijos

“Son aquellos costos que permanecen constantes en su magnitud dentro de un periodo determinado, independientemente de los cambios registrados en el volumen de operaciones realizadas”. (García Colin, 2008, pág. 12)

Costos variables

“Son aquellos costos cuya magnitud cambia en razón directa al volumen de las operaciones realizadas”. (García Colin, 2008, pág. 13)

Materia prima directa (MPD)

“Son todos los materiales sujetos a transformación, que se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados; por ejemplo, la madera en la industria mueblera”. (García Colin, 2008, pág. 16)

Materia prima indirecta (MPI)

“Son todos los materiales sujetos a transformación, que no se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados”. (García Colin, 2008, pág. 16)

Mano de obra directa (MOD)

“Son los salarios, prestaciones y obligaciones a que den lugar, de todos los trabajadores de la fábrica, cuya actividad se puede identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados”. (García Colin, 2008, pág. 16)

Mano de obra indirecta (MOI)

“Son los salarios, prestaciones y obligaciones a que den lugar, de todos los trabajadores y empleados de la fábrica, cuya actividad no se puede identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados”. (García Colin, 2008, pág. 16)

Costo primo

“Es la suma de los elementos directos que intervienen en la elaboración de los artículos (materia prima directa más mano de obra directa)”. (García Colin, 2008, pág. 16)

Costo de producción

“Es la suma de los tres elementos que lo integran (materia prima directa, mano de obra directa y cargos indirectos); también podemos decir que es la suma del costo primo más los cargos indirectos”. (García Colin, 2008, pág. 16)

Gastos de operación

“Es la suma de los gastos de venta, administración y financiamiento”. (García Colin, 2008, pág. 16)

Costo total

“Es la suma del costo de producción más los gastos de operación”. (García Colin, 2008, pág. 16)

5. Metodología

El presente trabajo de investigación se desarrolló bajo la norma APA sexta edición.

5.1 Métodos

Para el desarrollo del trabajo de investigación se hizo uso de los siguientes métodos y técnicas, como a continuación se detalla.

✓ Método inductivo

Este método sirvió como base importante para la realización de la información recopilada en la aplicación de las encuestas, el tamaño de la muestra total de las familias y la información que se utilizó para poder determinar los gustos, preferencias del café de filtrar en la ciudad de Loja.

✓ Método deductivo

Este método permitió la búsqueda de información de tipo general, para obtener la información base y la revisión de literatura para posteriormente particularizar en los aspectos específicos del proyecto que son los estudios de mercado, técnico, organización-legal, económico-financiero y evaluación financiera de la empresa.

✓ Método descriptivo

Este método se aplicó para un correcto análisis y descripción de los resultados de las encuestas realizadas tanto a demandantes, oferentes y proveedores.

5.2 Materiales

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se hizo uso de los siguientes materiales:

Suministros de oficina

✓ Perfiles

- ✓ Esferográficos
- ✓ Lápiz
- ✓ Borrador
- ✓ Cuaderno
- ✓ Hojas A4

Equipos de Oficina

- ✓ Computadora portátil
- ✓ Computadora de escritorio
- ✓ Impresora
- ✓ Cd
- ✓ Flash Memory

5.3 Técnicas

✓ **Observación Directa**

Esta técnica sirvió para poder observar los participantes que participan en la comercialización del producto y de esta forma se obtuvo información relevante del caso en estudio.

✓ **Encuesta**

Se aplicó tres tipos de encuestas: la primera encuesta dirigida a los demandantes, es decir a las familias de la ciudad de Loja en un número total de 397 encuestas, para conocer gustos y preferencias del café; la segunda dirigida a los oferentes, es decir gerentes principales de locales comerciales y supermercados que venden café; y finalmente una encuesta dirigida a los proveedores.

Tamaño de la muestra - Población

Conforme al último censo poblacional llevado a cabo por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2010), la población urbana de la ciudad de Loja es de 180.617 habitantes con una tasa de crecimiento de 2,27%. Para determinar la población proyectada para el año 2021 se utilizó la siguiente fórmula:

Nomenclatura: $Pf = Po (1 + r)^n$
Pf= población final
Po= Población inicial $Pf_{2021} = Po_{2010} (1 + 0,0227)^{11}$
1= constante
r= tasa de crecimiento $Pf_{2021} = 180.617 (1 + 0,0227)^{11}$
n= nro. de años $Pf_{2021} = 231.201 \text{ habitantes}$

En el año 2021, de acuerdo a la proyección se obtiene un total de 231.201 habitantes en la ciudad de Loja.

Para proceder a realizar las encuestas por familias se divide el total de habitantes de la ciudad de Loja para la tasa de crecimiento poblacional (TCP) que es de 4 integrantes por familia según el censo del INEC año 2010, como se explica a continuación:

$$\text{Número de familias} = 231.201 / 4 \text{ (TCP)}$$

$$\text{Número de familias} = 57.800 \text{ familias}$$

Obtención del tamaño de la muestra

Con el resultado obtenido anteriormente del número de familias que son 57.800 se procedió a aplicar la siguiente fórmula, para determinar el número de encuestas a aplicar:

Nomenclatura:
n= tamaño de la muestra $n = \frac{N}{1 + e^2 * N}$
N= población y universo
1= constante
e= margen de error 5% $n = \frac{57.800}{1 + (0,05)^2 * 57.800}$

$$n = 397 \text{ encuestas a aplicar}$$

Luego de aplicar la fórmula se obtiene un total de 397 encuestas a aplicar en la ciudad de Loja.

Una vez que se determinó el número de encuestas a aplicar, se procede a realizar la distribución muestral en las 6 parroquias urbanas de la ciudad de Loja, cuyo cuadro se explica a continuación.

Población y muestra

Tabla 2 - Distribución muestral demandantes

Parroquias Urbanas	Población por familias (2021)	Porcentaje	Encuestas a Aplicar
Carigán	8.092	14%	56
San Sebastián	8.092	14%	56
Punzara	13.872	24%	95
Sucre	16.184	28%	111
Sagrario	5.780	10%	40
El valle	5.780	10%	40
Total	57.800	100%	397

Fuente: Censo de población y Vivienda (INEC, 2010)

Elaboración: Henry Barragán

Oferentes

Al no existir un producto en presentación similar al del proyecto en el mercado de la ciudad de Loja, se aplicó encuestas a empresas productoras y principales locales comerciales y supermercados que venden café en varias presentaciones en sectores norte, centro y sur de la ciudad de Loja.

Distribución de la muestra (Oferta)

Tabla 3 - Distribución muestral oferentes

Empresas productoras y comercializadoras	Número de muestra
Café de Loja	Empresas productoras, supermercados y locales comerciales
Kawsana Coffe	
Café Bravs Arabig	
Dagadá Café	
Supermercado Mercatona	
Supermercado Galtor	
Supermercado Yerovy	
Supermercado Maxce	
Supermercado Puerta del Sol	
Supermercado Romar	
Super tenderito	
Comercial Emily	
Comercial María José	
Comercial Gonzales	
Total	14

Elaboración: Henry Barragán

Con base a esta información se procedió a determinar el tamaño de la muestra, para lo cual no es necesario la utilización de una fórmula debido al número reducido de empresas productoras y comercializadoras de café en la ciudad de Loja; por ende, se tuvo un total de 14 encuestas a aplicar.

Proveedores

Son todas las empresas o agricultores que se dedican a la siembra de café en el cantón Loja, facilitando materias primas de calidad. Entre los más representativos constan:

Tabla 4 - Distribución muestral proveedores

Nombre de la Empresa	Procedencia	Número de la muestra
Café Vilcabamba	Vilcabamba	Proveedores de materia prima (café).
Hacienda la Florida	Sozoranga	
Café Sánchez Peralta y familia	Vilcabamba	
Café Lozano y familia	Vilcabamba	
Café Gran Typikka	Puyango	
Café Hnos. Macanchi	Vilcabamba	
Total		

Elaboración: Henry Barragán

Con base a esta información se procede a determinar el tamaño de la muestra, para lo cual no es necesario la utilización de una fórmula debido al número reducido de proveedores; por ende, se tuvo un total de 6 encuestas aplicadas.

5.4 Procedimiento

Para la ejecución del proyecto de factibilidad a implementar, se consideró cinco estudios a realizar: estudio de mercado, estudio técnico, estudio de organización y legal, estudio económico – financiero, y evaluación financiera.

Una vez finalizada la recolección de la información mediante la aplicación de encuestas, se procedió a la tabulación de la información para presentarla en cuadros y gráficos estadísticos; y en base a ello conocer oferta, demanda, para así determinar si existe o no demanda insatisfecha.

Culminado el estudio de mercado se continuo con el estudio técnico que permitió determinar tamaño, localización, ingeniería del proyecto; seguidamente se continuó con estudio de organización y legal para dotar a la empresa de personería jurídica, filosofía empresarial, organigramas y manuales de funciones. Posteriormente en base a los análisis de los estudios anteriores se realizó el estudio económico – financiero que sirvió para determinar costos e ingresos.

Con base a los resultados obtenidos del estudio económico – financiero se procedió a realizar los estados financieros, mismos que fueron de utilidad para realizar la evaluación financiera donde se analizaron indicadores como son: tasa mínima aceptable de rendimiento, valor actual neto, tasa interna de retorno, relación beneficio costo, periodo de recuperación de la inversión y finalmente análisis de sensibilidad con incrementos en los costos y disminución de los ingresos.

Finalmente, concluidos todos los estudios se procedió a la redacción de conclusiones y recomendaciones del proyecto.

6. Resultados

A continuación, se muestran los resultados del estudio de campo, obtenidos mediante la aplicación de encuestas.

Encuestas aplicadas a las familias urbanas de la ciudad de Loja

1. ¿En su familia consumen café?

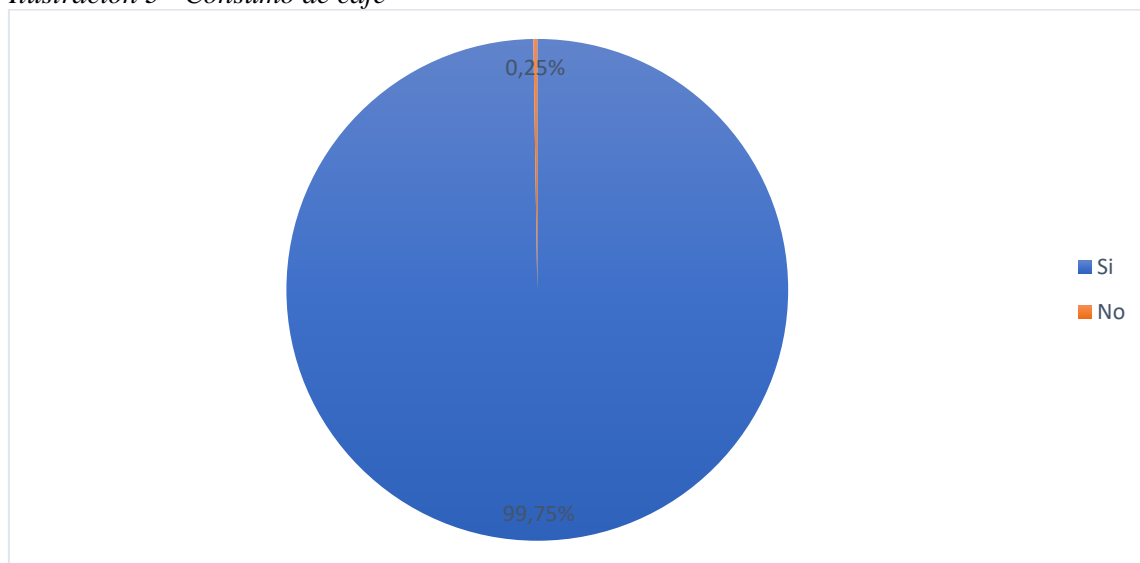
Tabla 5- Consumo de café

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Si	396	99,75%
No	1	0,25%
Total	397	100%

Fuente: Investigación de mercado a las familias de la zona urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Henry Barragán

Ilustración 3 - Consumo de café



Fuente: Tabla #5

Interpretación

El café es la bebida que se obtiene a partir de los granos tostados y molidos de los frutos de la planta del café. Es así que de acuerdo a las respuestas el 99,75% consumen café, mientras que el 0,25 indica que no han consumido café. Por consiguiente, se puede determinar que el 99,75% de los encuestados manifiestan haber consumido café.

2. ¿En su familia con qué frecuencia adquieren café?

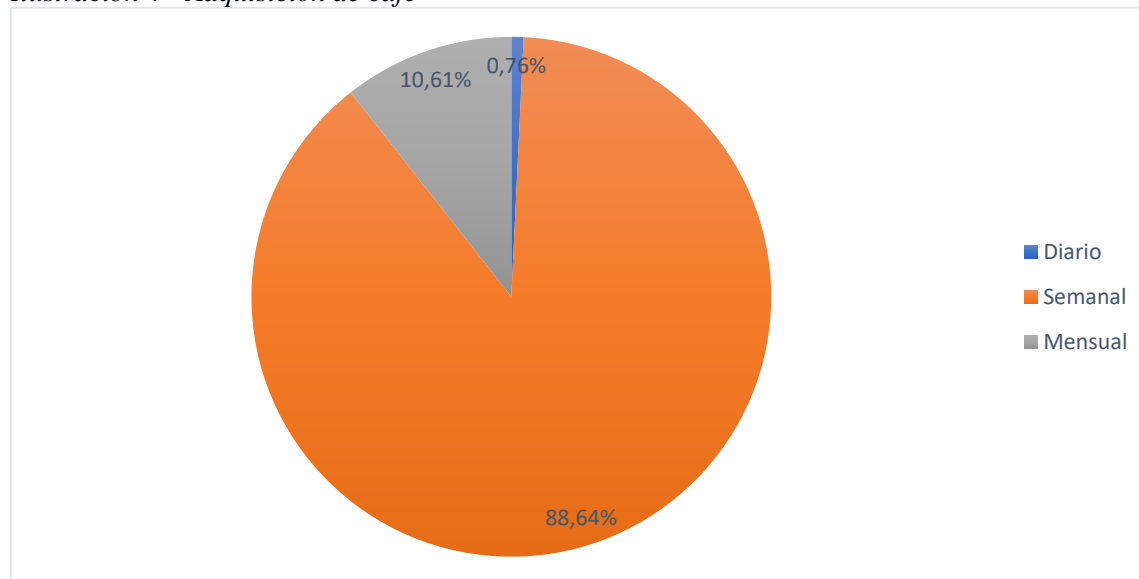
Tabla 6 - Adquisición de café

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Diario	3	0,76%
Semanal	351	88,64%
Mensual	42	10,61%
Total	396	100%

Fuente: Investigación de mercado a las familias de la zona urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Henry Barragán

Ilustración 4 - Adquisición de café



Fuente: Tabla #6

Interpretación

En base a la pregunta anterior de los que consumen café se obtiene que el 88,64% adquiere o compra café semanalmente; el 10,61% compran mensualmente y el 0,76% adquieren café diariamente. Por consiguiente, se puede determinar que el 88,64% de las familias de la ciudad de Loja de la población urbana adquiere café semanalmente.

3. ¿En su familia cuántas libras de café consume mensualmente?

Tabla 7 - Frecuencia de consumo de café

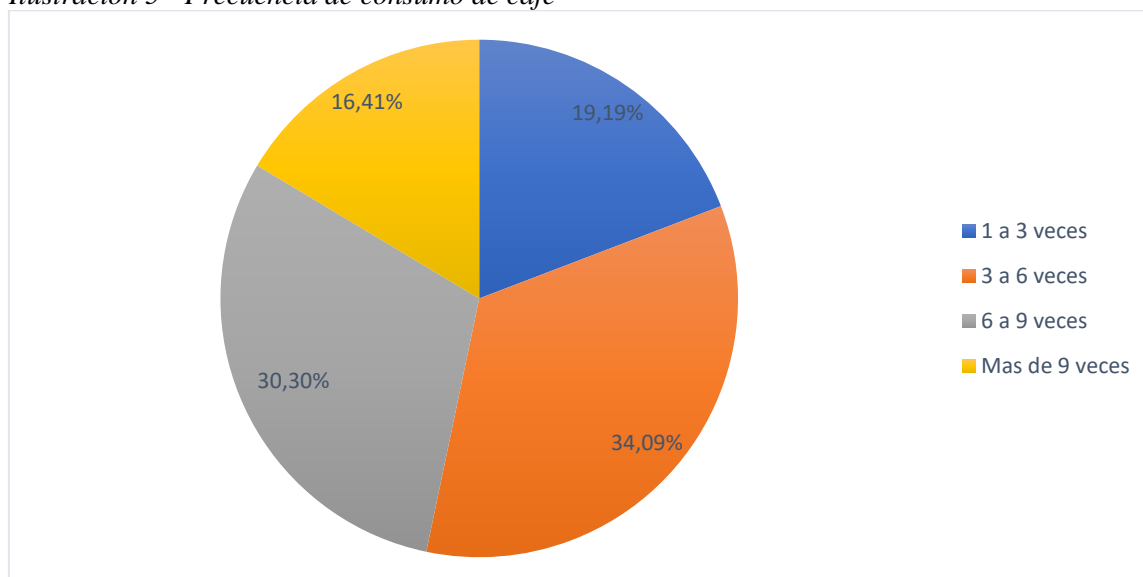
Indicadores	Frecuencia	Porcentaje	Xm	Xm.f
1 a 3 veces	76	19,19%	2	152
3 a 6 veces	135	34,09%	4,5	607,50
6 a 9 veces	120	30,30%	7,5	900
Más de 9 veces	65	16,41%	4,5	292,50
Total	396	100%		1.952,00

Fuente: Investigación de mercado a las familias de la zona urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Henry Barragán

$$CP = \frac{Xm \cdot f}{F} = \frac{1.952,00}{396} = 4,93 \text{ libras de café mensual por familia}$$

Ilustración 5 - Frecuencia de consumo de café



Fuente: Tabla #7

Interpretación

Se entiende como familia al grupo de personas que poseen un grado de parentesco y conviven como tal. Es así que de acuerdo a las respuestas el 34,09% indica consumir café de 3 a 6 veces; el 30,30% entre 6 a 9 veces; el 19,19% de 1 a 3 veces; y el 16,41% más de 9 veces. Por consiguiente, se puede determinar un consumo promedio de 4,93 libras de café mensual por familia

4.- ¿Cual es lugar de preferencia para el consumo de café?

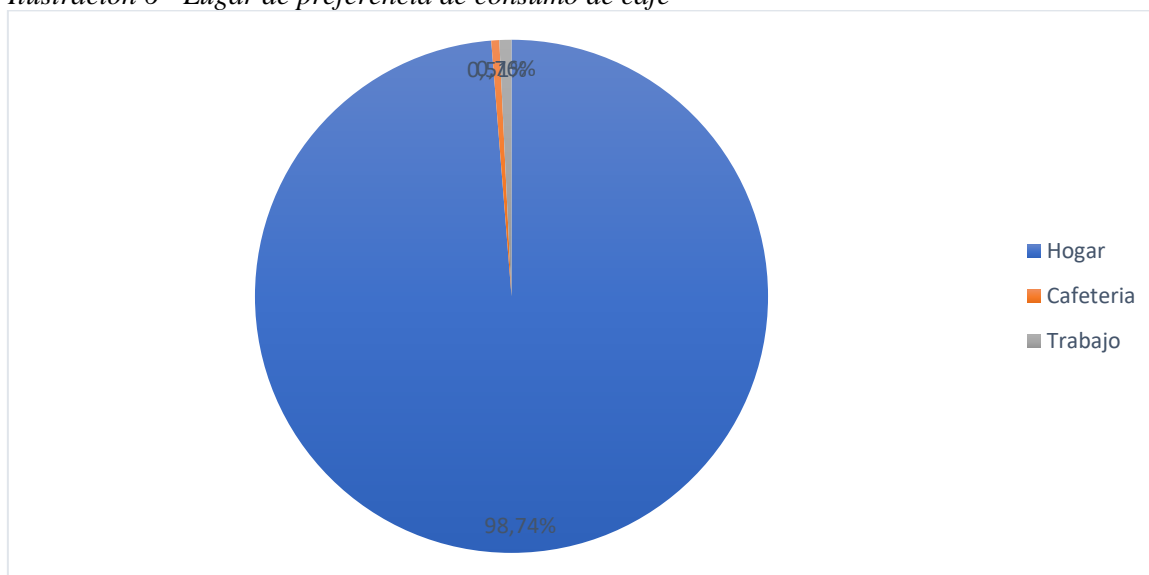
Tabla 8 - Lugar de preferencia de consumo de café

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Hogar	391	98,74%
Cafetería	2	0,51%
Trabajo	3	0,76%
Total	396	100%

Fuente: Investigación de mercado a las familias de la zona urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Henry Barragán

Ilustración 6 - Lugar de preferencia de consumo de café



Fuente: Tabla #8

Interpretación

Sobre el lugar de preferencia para el consumo de café el 98,74% de las familias prefiere consumir café en su hogar, el 0,76% en su lugar de trabajo y el 0,51% en una cafetería. Por consiguiente, se puede determinar que el 98,74% de las familias lojanas se inclinan por consumir café en la comodidad de su hogar.

5. ¿En qué lugar habitualmente adquiere café?

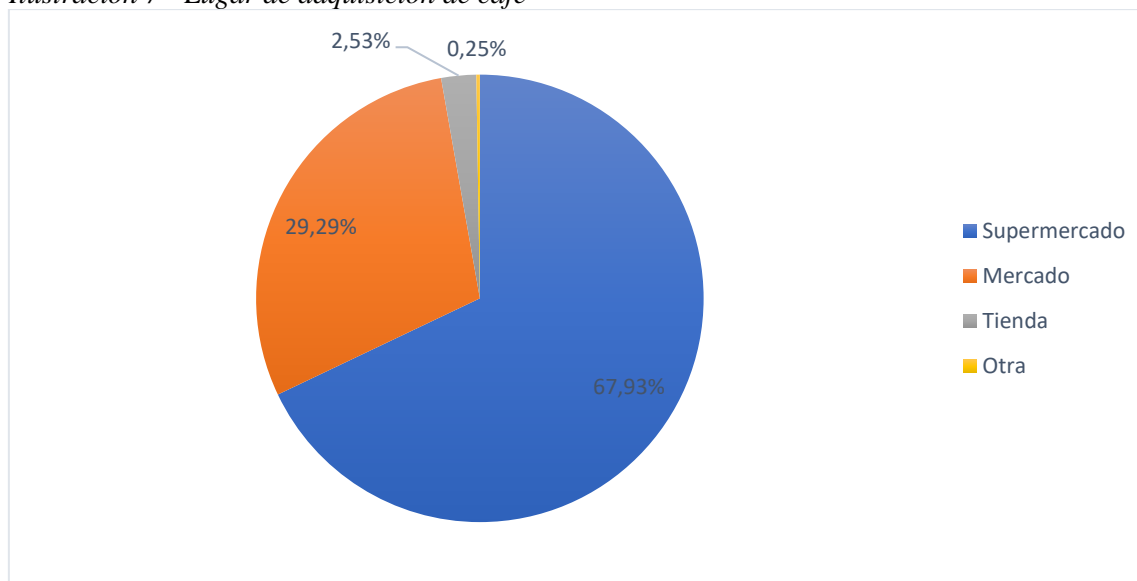
Tabla 9 - Lugar de adquisición de café

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Supermercado	269	67,93%
Mercado	116	29,29%
Tienda	10	2,53%
Otra	1	0,25%
Total	396	100%

Fuente: Investigación de mercado a las familias de la zona urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Henry Barragán

Ilustración 7 - Lugar de adquisición de café



Fuente: Tabla #9

Interpretación

La adquisición o compra son las formas en que una persona pueda adquirir bienes que pueden ser de muy diversa naturaleza. Es así que de acuerdo a las respuestas el 67,93% acude a un supermercado para comprar café; el 29,29% prefiere adquirir el café en el mercado; el 2,53% en tiendas; y el 0,25% indican otras formas de compra como la venta de puerta en puerta. Por consiguiente, se puede determinar que el 67,93% de las familias lojanas prefieren acudir a los supermercados para la adquisición de café.

6. ¿Qué propiedades o características considera al momento de adquirir café?

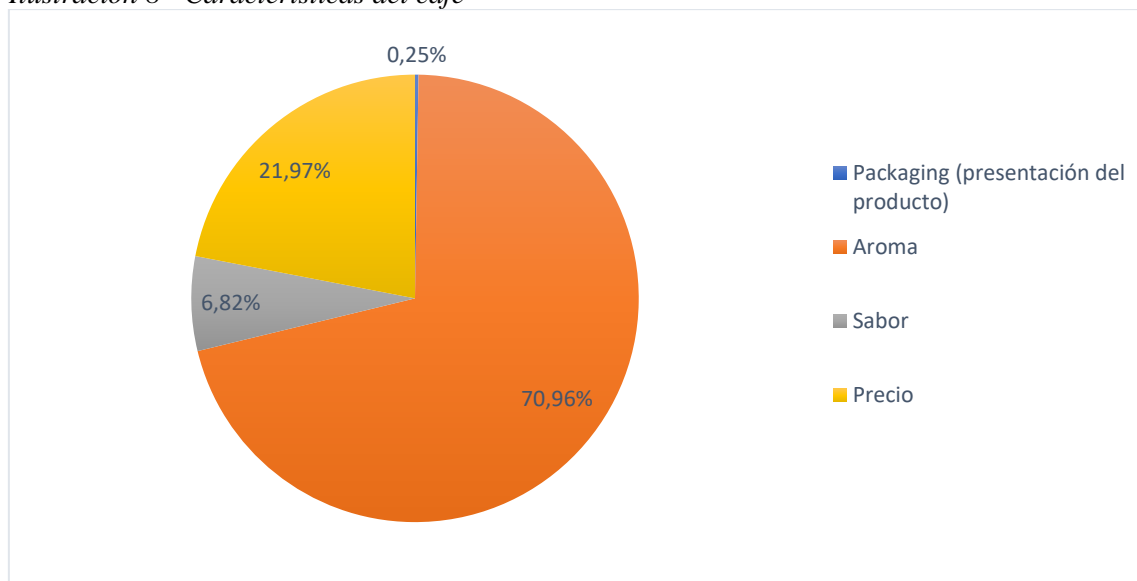
Tabla 10 - Características del café

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Packaging (presentación del producto)	1	0,25%
Aroma	281	70,96%
Sabor	27	6,82%
Precio	87	21,97%
Total	396	100%

Fuente: Investigación de mercado a las familias de la zona urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Henry Barragán

Ilustración 8 - Características del café



Fuente: Tabla #10

Interpretación

Se entiende por característica una cualidad o rasgo distintivo que describe a una persona o cosa. Es así que de acuerdo a las respuestas el 70,96% de las familias se decanta por el aroma del café; el 21,97% por el precio; el 6,82% optan por el sabor del café; y el 0,25% por el packaging. Por consiguiente, se puede determinar que el 70,96% de las familias lojanas al momento de adquirir café optan por el que tenga mejor aroma.

7. ¿En su familia han consumido café molido y tostado (café pasado, colado o filtrado)?

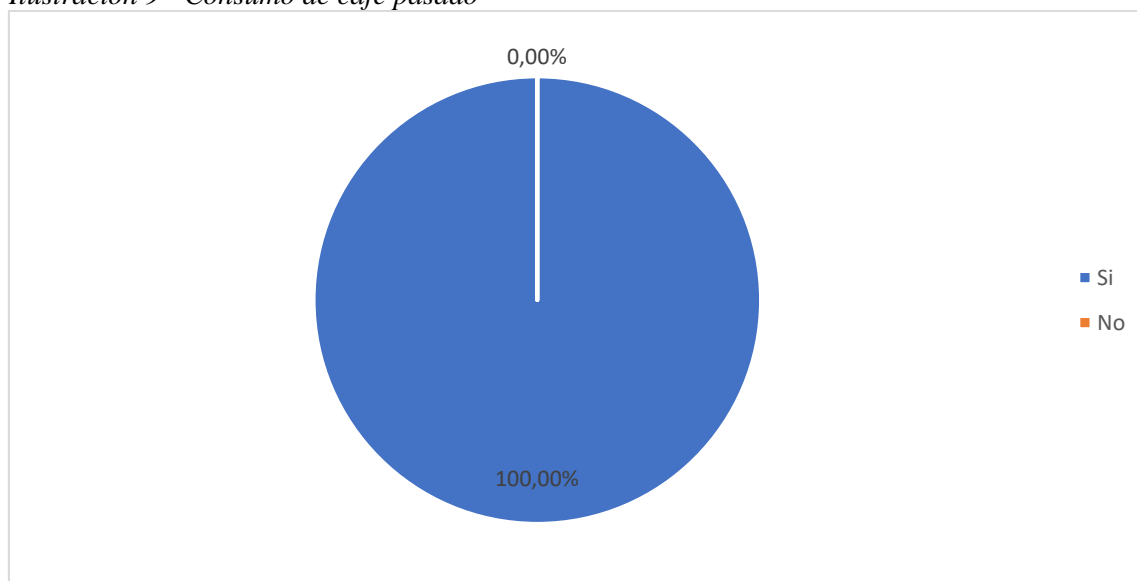
Tabla 11 - Consumo de café pasado

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Si	396	100,00%
No	0	0,00%
Total	396	100%

Fuente: Investigación de mercado a las familias de la zona urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Henry Barragán

Ilustración 9 - Consumo de café pasado



Fuente: Tabla #11

Interpretación

El café pasado consiste en poner café molido y agua caliente directamente sobre un filtro de tela en forma de embudo. Es así que de acuerdo a las respuestas el 100% de las familias manifiestan haber consumido café pasado o de filtrar.

8. ¿Qué marcas de café molido y tostado conoce?

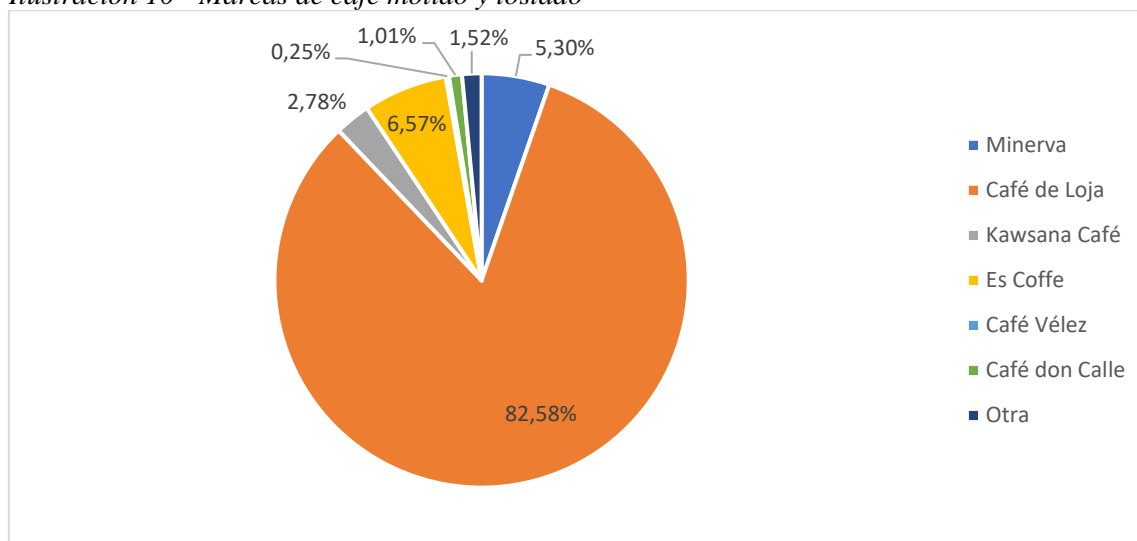
Tabla 12 - Marcas de café molido y tostado

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Minerva	21	5,30%
Café de Loja	327	82,58%
Kawsana Café	11	2,78%
Es Coffe	26	6,57%
Café Vélez	1	0,25%
Café don Calle	4	1,01%
Otra	6	1,52%
Total	396	100%

Fuente: Investigación de mercado a las familias de la zona urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Henry Barragán

Ilustración 10 - Marcas de café molido y tostado



Fuente: Tabla #12

Interpretación

En base a la pregunta anterior sobre si han consumido café pasado, los resultados para esta pregunta sobre las marcas de café pasado que conocen son: el 82,58% de los encuestados manifiestan conocer la marca de Café de Loja; el 6,57% la marca Es Coffe; el 5,30% la marca Minerva; el 2,78% la marca Kawsana Café; el 1,52% indican otras marcas como el café Alamor, Bravs Arabic y café Olmedo; el 1,01% la marca café don Calle; y el 0,25% café Vélez. Por consiguiente, se puede determinar que el 82,58% de las familias lojanas se asocia mucho más con marcas de café molido y tostado de procedencia lojana.

9. ¿Si se crea una empresa productora y comercializadora de café en bolsas de té, lo adquiriría?

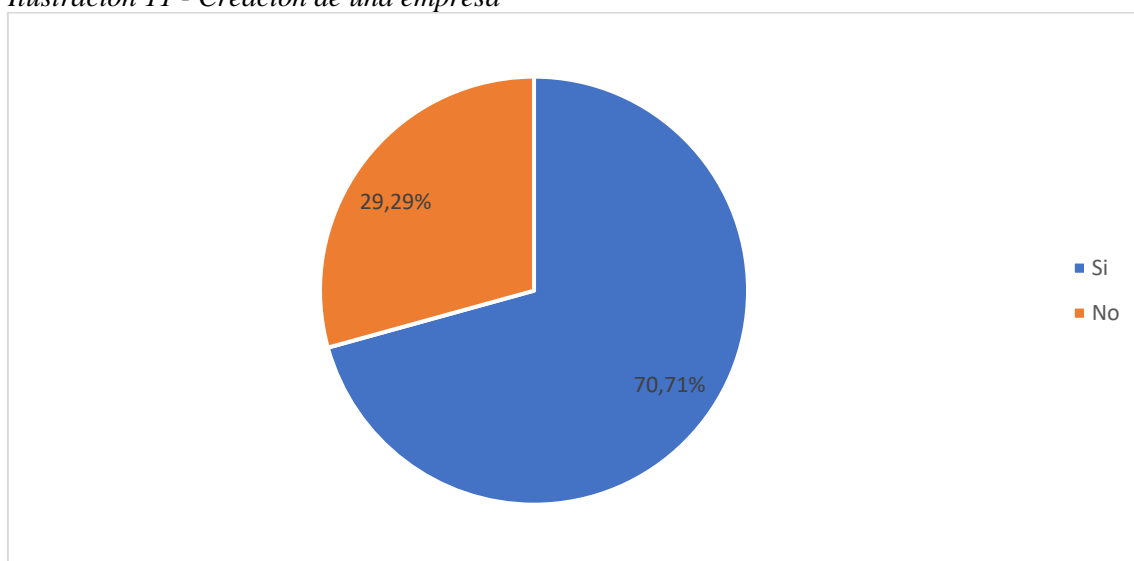
Tabla 13 - Creación de una empresa

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Si	280	70,71%
No	116	29,29%
Total	396	100%

Fuente: Investigación de mercado a las familias de la zona urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Henry Barragán

Ilustración 11 - Creación de una empresa



Fuente: Tabla #13

Interpretación

Una empresa es una unidad productiva agrupada y dedicada a desarrollar una actividad económica con ánimo de lucro. Es así que de acuerdo a las respuestas el 70,71% de las familias están dispuestas a adquirir este nuevo producto; mientras que el 29,29% no lo adquiriría. Por consiguiente, se puede determinar que existe una gran demanda a satisfacer con la creación de este nuevo producto.

10. ¿Qué presentación elegiría para el café en bolsas de té?

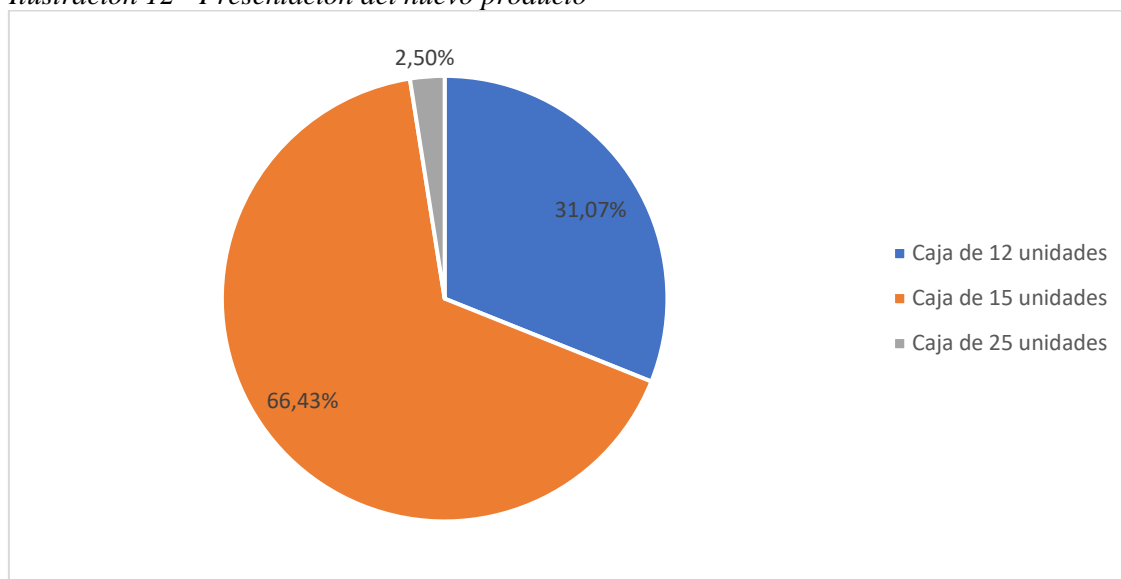
Tabla 14 - Presentación del nuevo producto

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Caja de 12 unidades	87	31,07%
Caja de 15 unidades	186	66,43%
Caja de 25 unidades	7	2,50%
Total	280	100%

Fuente: Investigación de mercado a las familias de la zona urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Henry Barragán

Ilustración 12 - Presentación del nuevo producto



Fuente: Tabla #14

Interpretación

De acuerdo a la pregunta anterior se planteó a las familias que presentación elegirían para el nuevo producto, obteniendo las siguientes respuestas: el 66,43% de las familias prefieren una presentación de 15 unidades; el 31,07% 12 unidades; y el 2,50% en cajas de 25 unidades. Por consiguiente, se puede determinar que el 66,43% de las familias prefieren una presentación de 15 unidades para el nuevo producto.

11. ¿Qué medios utiliza para informarse y/o comunicarse?

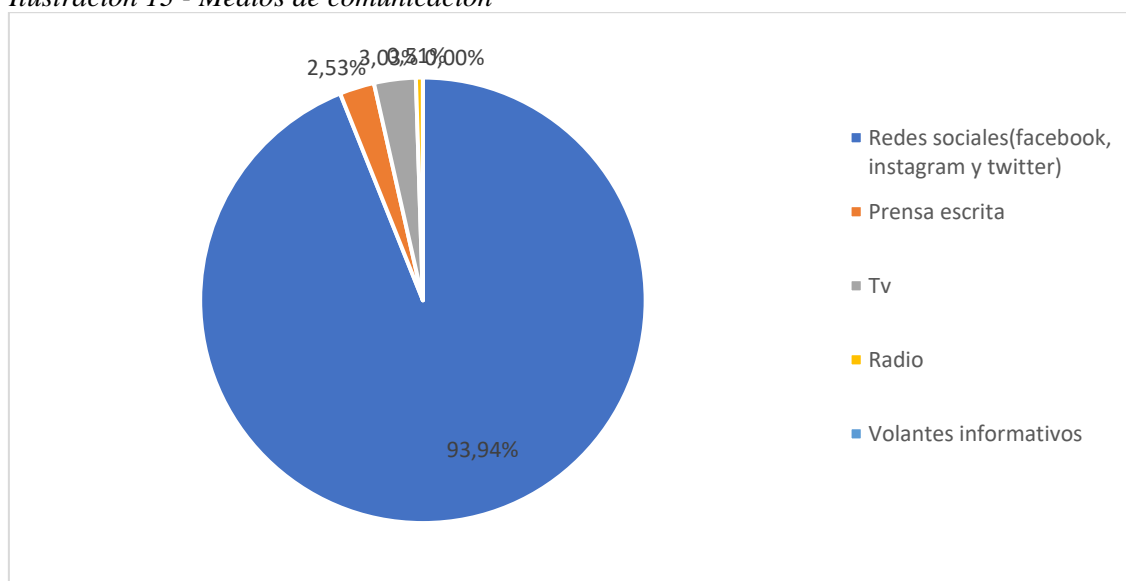
Tabla 15 - Medios de comunicación

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales (facebook, Instagram y Twitter)	372	93,94%
Prensa escrita	10	2,53%
Tv	12	3,03%
Radio	2	0,51%
Volantes informativos	0	0,00%
Total	396	100%

Fuente: Investigación de mercado a las familias de la zona urbana de la ciudad de Loja

Elaboración: Henry Barragán

Ilustración 13 - Medios de comunicación



Fuente: Tabla #15

Interpretación

Un medio de comunicación son todos aquellos instrumentos, canales o formas de transmisión de la información. Es así que de acuerdo a las respuestas el 93,94% de las familias prefieren el uso de las redes sociales; el 3,03% la Tv; el 2,53% prensa escrita; y el 0,51% radio. Por consiguiente, se puede determinar que para llegar a un público amplio en cuanto a publicidad la mejor herramienta son las redes sociales.

Encuestas aplicadas a los oferentes de la ciudad de Loja

1. ¿En su negocio vende café?

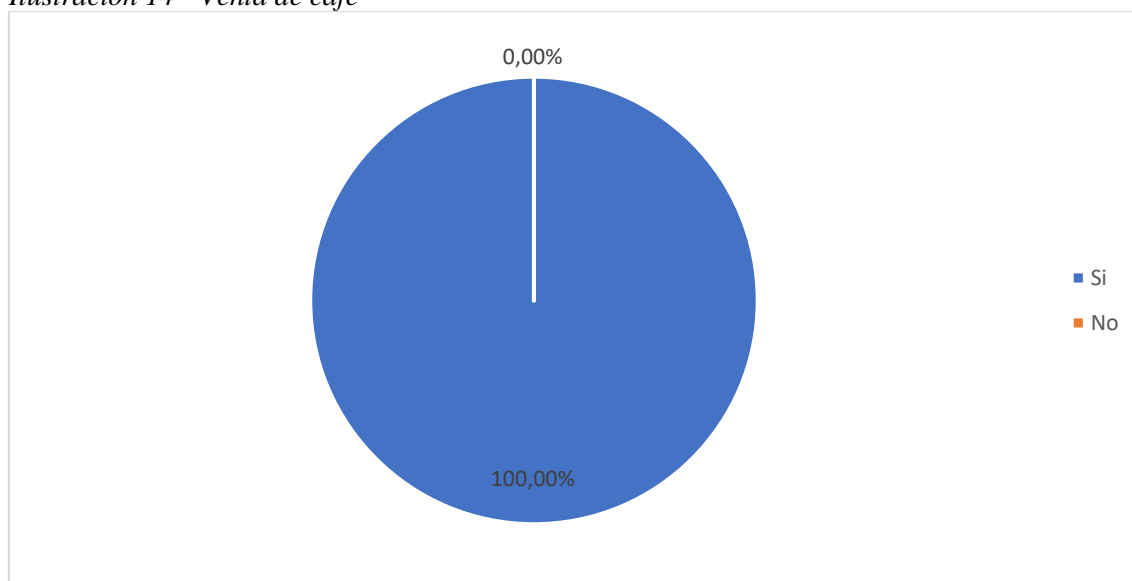
Tabla 16 - Venta de café

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Si	14	100,00%
No	0	0,00%
Total	14	100%

Fuente: Investigación de mercado a los oferentes de la ciudad de Loja

Elaboración: Henry Barragán

Ilustración 14 - Venta de café



Fuente: Tabla #16

Interpretación

El café es la bebida que se obtiene a partir de los granos tostados y molidos de los frutos de la planta del café. Es así que de acuerdo a las respuestas el 100% de los encuestados comercializan café. Por consiguiente, se puede determinar que el café es un producto muy apetecido y de alta demanda.

2. ¿Qué tipo de café comercializa en mayores cantidades?

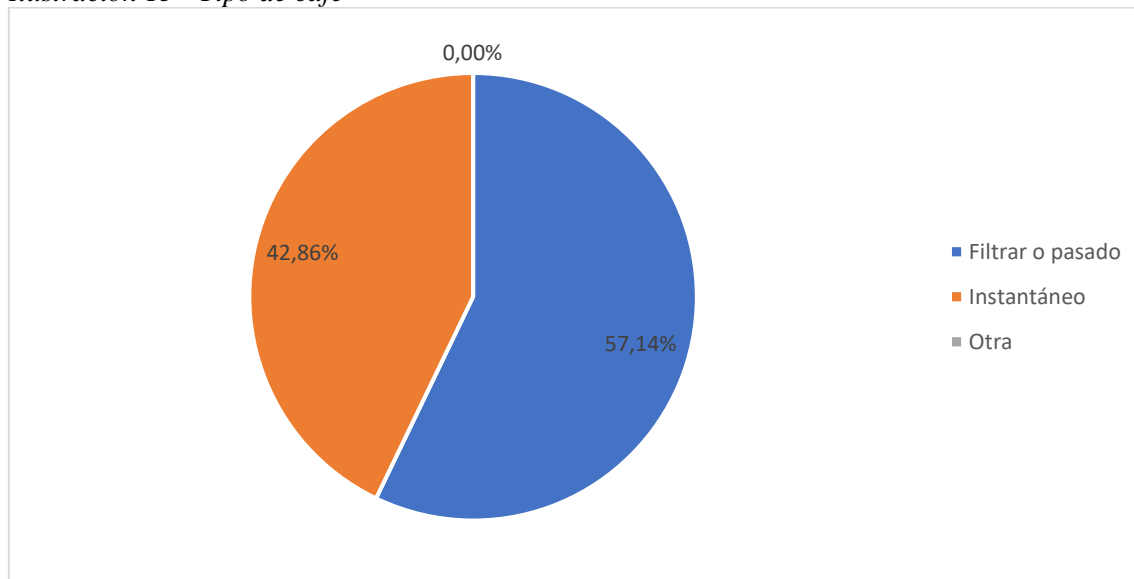
Tabla 17 - Tipo de café

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Filtrar o pasado	8	57,14%
Instantáneo	6	42,86%
Otra	0	0,00%
Total	14	100%

Fuente: Investigación de mercado a los oferentes de la ciudad de Loja

Elaboración: Henry Barragán

Ilustración 15 - Tipo de café



Fuente: Tabla #17

Interpretación

La comercialización es el conjunto de acciones y procedimientos para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. Es así que de acuerdo a las respuestas el 57,14% comercializa café pasado; mientras que el 42,86% de los oferentes comercializa café instantáneo. Por consiguiente, se puede determinar que el café pasado es el mayor apetecido dentro del mercado lojano.

3. ¿Qué cantidad de café vende aproximadamente en un día?

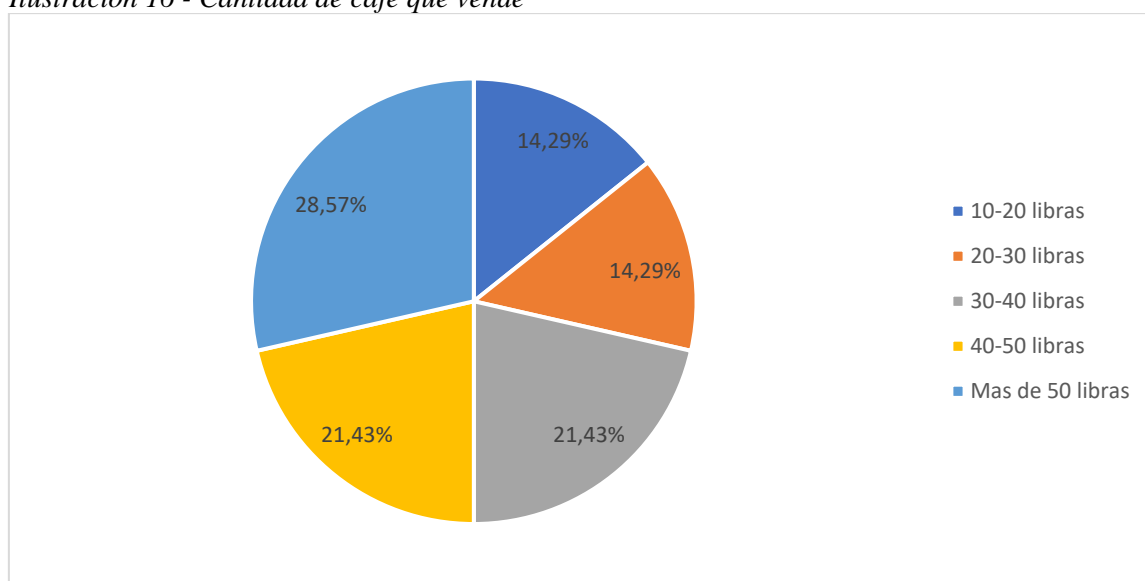
Tabla 18 - Cantidad de café que vende

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje	Xm	Xm.f	Año
10-20 libras	2	14,29%	15	30	10.950
20-30 libras	2	14,29%	25	50	18.250
30-40 libras	3	21,43%	35	105	38.325
40-50 libras	3	21,43%	45	135	49.275
Mas de 50 libras	4	28,57%	25	100	36.500
Total	14	100%		420	153.300

Fuente: Investigación de mercado a los oferentes de la ciudad de Loja

Elaboración: Henry Barragán

Ilustración 16 - Cantidad de café que vende



Fuente: Tabla #18

Interpretación

Ventas son las actividades realizadas para incentivar potenciales clientes a realizar una determinada compra. Es así que de acuerdo a las respuestas el 28,57% vende más de 50 libras; el 21,43% vende entre 40 y 50 libras de café por día; el 21,43 entre 30 a 40 libras; el 14,29% entre 20 y 30 libras; y finalmente el 14,29% restante entre 10 y 20 libras de café por día.

4. ¿A qué precio comercializa el café de filtrar en presentación de una libra?

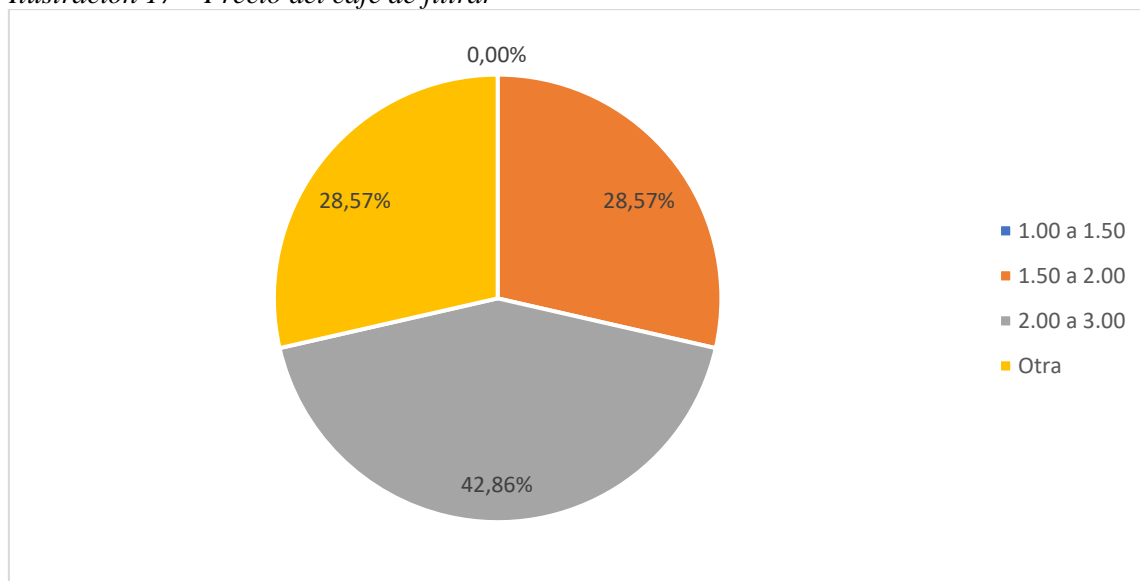
Tabla 19 – Precio del café de filtrar

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
1.00 a 1.50	0	0,00%
1.50 a 2.00	4	28,57%
2.00 a 3.00	6	42,86%
Otra	4	28,57%
Total	14	100%

Fuente: Investigación de mercado a los oferentes de la ciudad de Loja

Elaboración: Henry Barragán

Ilustración 17 – Precio del café de filtrar



Fuente: Tabla # 19

Interpretación

El café de filtrar consiste en poner café molido y agua caliente directamente sobre un filtro de tela en forma de embudo. Es así que de acuerdo a las respuestas el 28,57% vende café a un precio de entre \$1.50 a \$2.00; el 42,86% entre \$2.00 a \$3.00; y el 28,57% vende a un precio que supera el valor de \$3.00 que por lo general son cafés denominados de especialidad.

5. ¿Qué medios utiliza para publicidad?

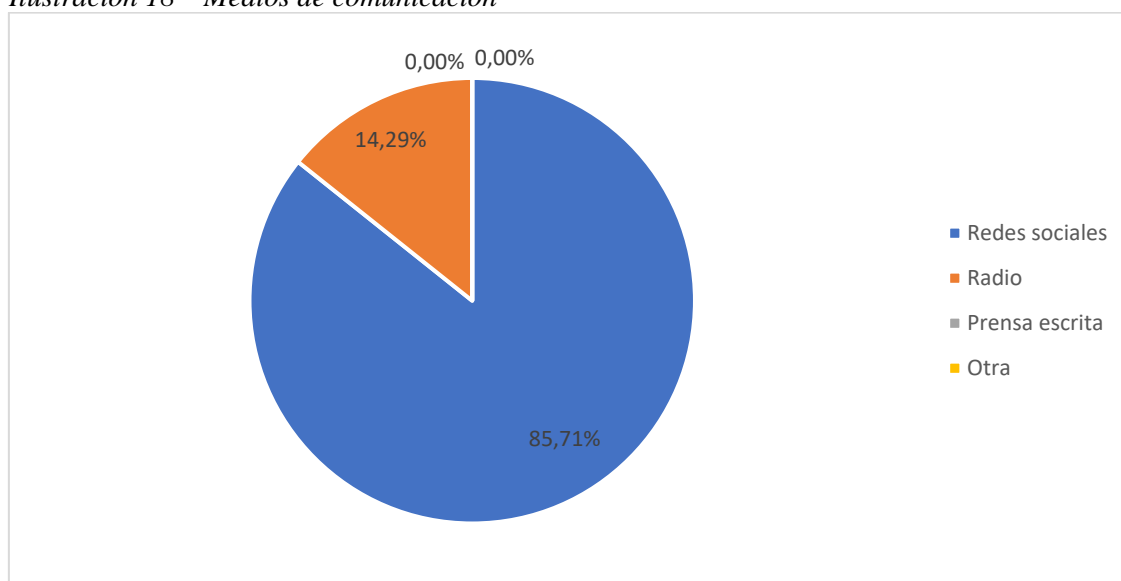
Tabla 20 – Medios de comunicación

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	12	85,71%
Radio	2	14,29%
Prensa escrita	0	0,00%
Otra	0	0,00%
Total	14	100%

Fuente: Investigación de mercado a los oferentes de la ciudad de Loja

Elaboración: Henry Barragán

Ilustración 18 – Medios de comunicación



Fuente: Tabla #20

Interpretación

Un medio de comunicación son todos aquellos instrumentos, canales o formas de transmisión de la información. Es así que de acuerdo a las respuestas el 85,71% de los encuestados prefieren el uso de las redes sociales; mientras que el 14,29% optan por la radio. Por consiguiente, se puede determinar que la gran mayoría opta por el uso de redes sociales para promocionarse dentro del mercado lojano.

Encuestas aplicadas a proveedores de la ciudad de Loja

1. ¿Qué variedad de café comercializa?

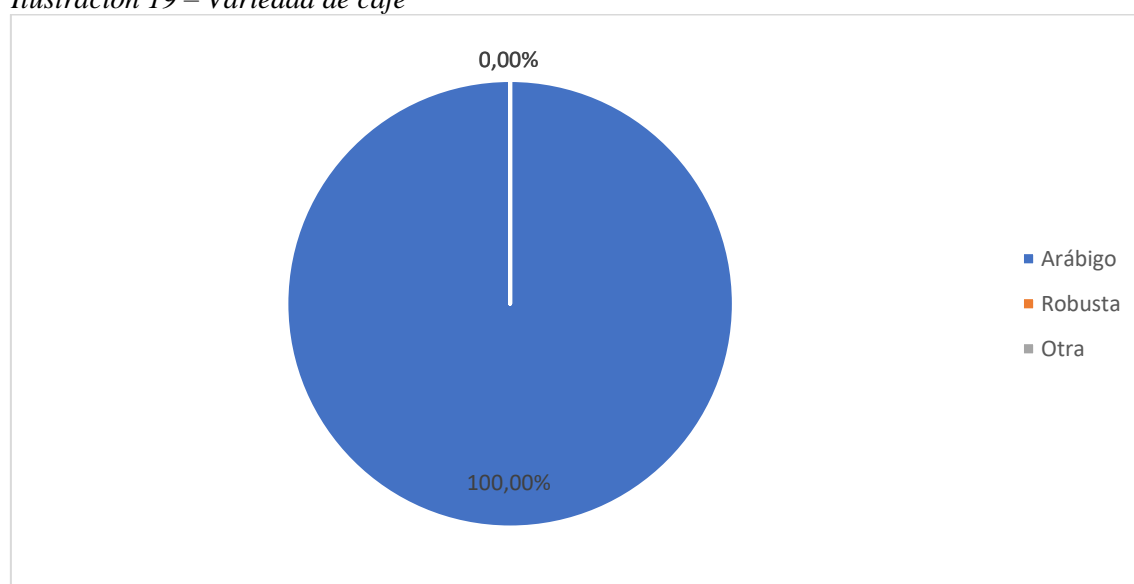
Tabla 21 – Variedad de café

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Arábigo	6	100,00%
Robusta	0	0,00%
Otra	0	0,00%
Total	6	100%

Fuente: Investigación de mercado a los proveedores de la ciudad de Loja

Elaboración: Henry Barragán

Ilustración 19 – Variedad de café



Fuente: Tabla #21

Interpretación

De acuerdo a la interrogante planteada, el 100% de los proveedores son productores y comercializadores de café arábigo. Por consiguiente, se puede determinar que el café arábigo predomina sobre otras variedades de café, principalmente por la calidad del grano de café que se obtiene.

2. ¿Cuál es el precio al que comercializa un quintal de café?

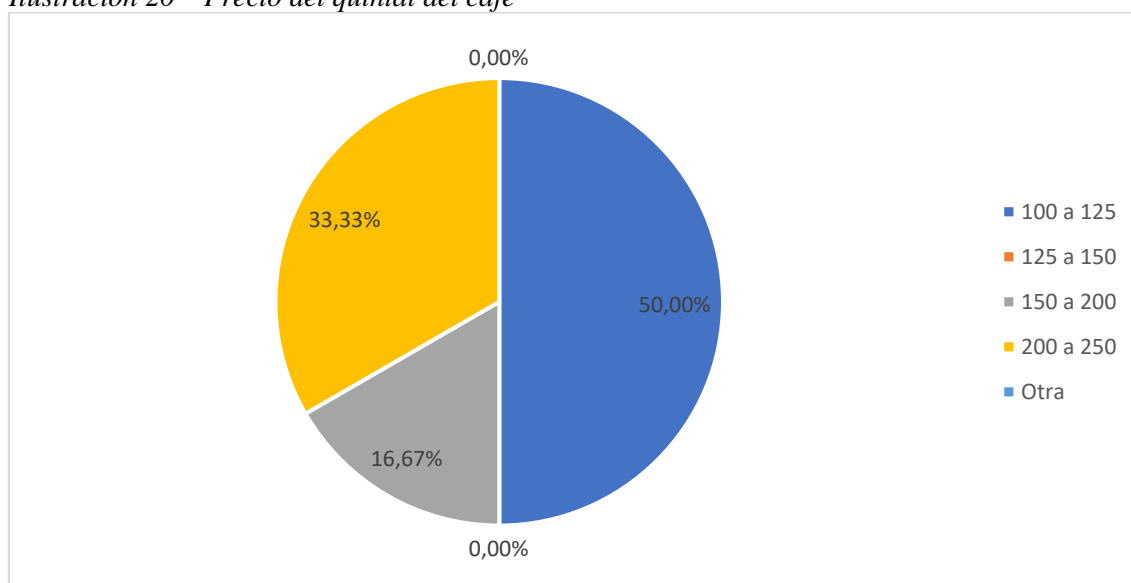
Tabla 22 – Precio del quintal del café

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
100 a 125	3	50,00%
125 a 150	0	0,00%
150 a 200	1	16,67%
200 a 250	2	33,33%
Otra	0	0,00%
Total	6	100%

Fuente: Investigación de mercado a los proveedores de la ciudad de Loja

Elaboración: Henry Barragán

Ilustración 20 – Precio del quintal del café



Fuente: Tabla #22

Interpretación

El precio corresponde a la cantidad de dinero que permite la adquisición o uso de un bien o servicio. Es así que de acuerdo a las respuestas el 50% manifiesta que el precio oscila entre 100 a 125 dólares americanos; el 16,67% de 150 a 200 dólares americanos; y el 33,33% de 200 a 250 dólares americanos. Por consiguiente, se puede determinar que el café que se comercializa mayormente en la ciudad de Loja oscila entre 100 a 125 dólares americanos; mientras que aquellos que superan los 200 dólares americanos son denominados café de especialidad según información de los proveedores.

3. ¿Cómo califica la calidad de su café?

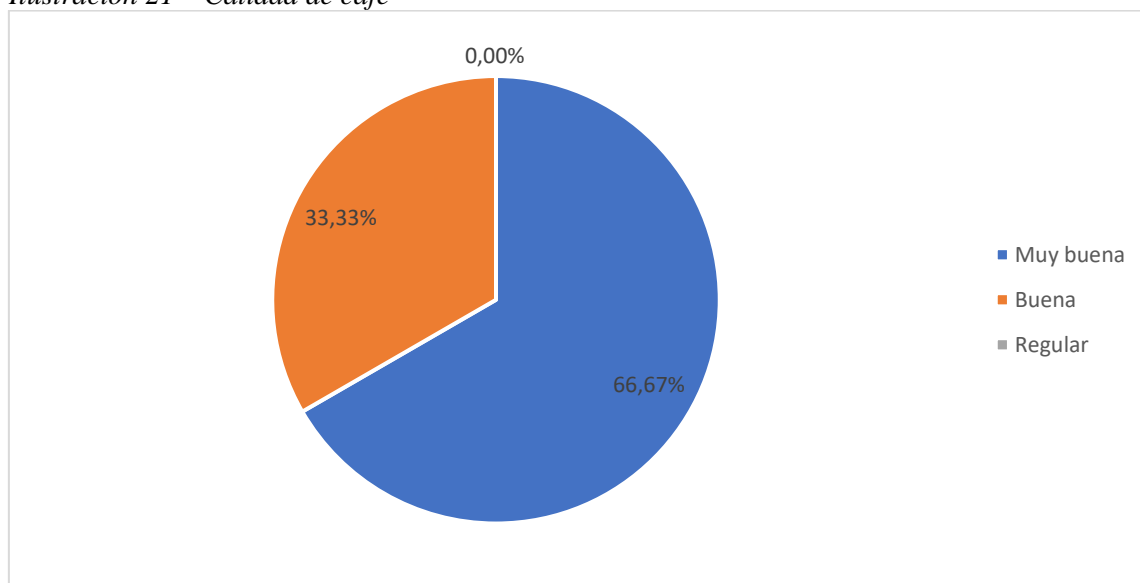
Tabla 23 – Calidad de café

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Muy buena	4	66,67%
Buena	2	33,33%
Regular	0	0,00%
Total	6	100%

Fuente: Investigación de mercado a los proveedores de la ciudad de Loja

Elaboración: Henry Barragán

Ilustración 21 – Calidad de café



Fuente: Tabla #23

Interpretación

La calidad es el conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permite caracterizarla y valorarla con respecto a las restantes de su especie. Es así que de acuerdo a las respuestas el 66,67% califican su café como muy bueno; mientras que el 33,33% bueno. Por consiguiente, se puede determinar que el 66,67% de café producido en la provincia de Loja es de calidad muy buena.

4. ¿Cuál es tiempo de entrega promedio de un pedido de café?

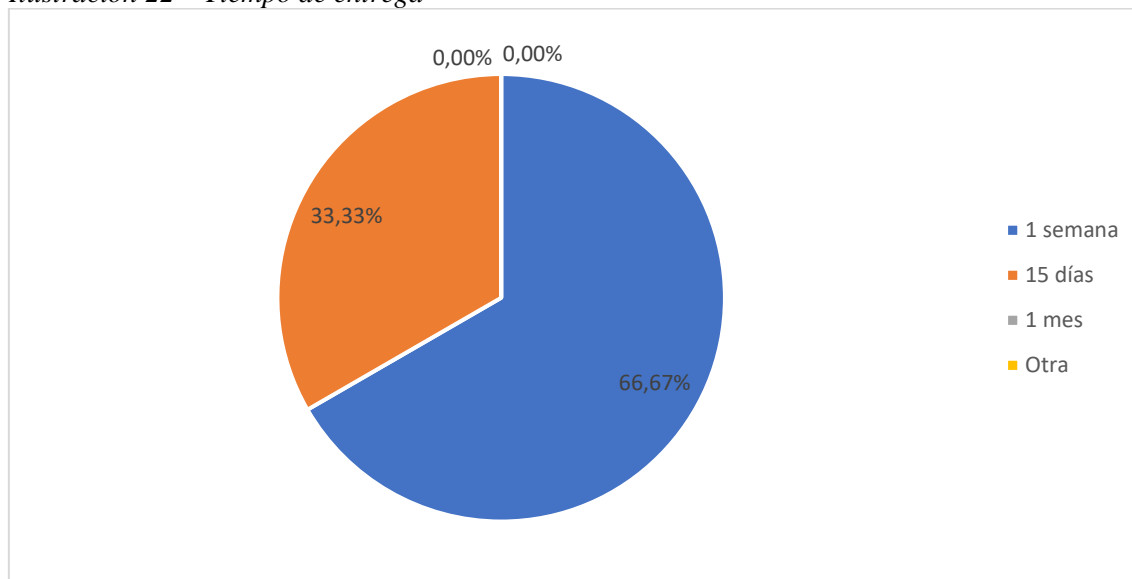
Tabla 24 – Tiempo de entrega

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
1 semana	4	66,67%
15 días	2	33,33%
1 mes	0	0,00%
Otra	0	0,00%
Total	6	100%

Fuente: Investigación de mercado a los proveedores de la ciudad de Loja

Elaboración: Henry Barragán

Ilustración 22 – Tiempo de entrega



Fuente: Tabla #24

Interpretación

Pedido es el acto y la consecuencia de pedir: desear, requerir o exigir algo. Es así que de acuerdo a las respuestas de los proveedores el 66,67% tarda 1 semana; mientras que el 33,33% tarda en promedio 15 días. Es importante señalar que se trata de una media ya que a juzgar por los proveedores dependerá de la cantidad solicitada.

5. ¿Qué medios utiliza para publicidad?

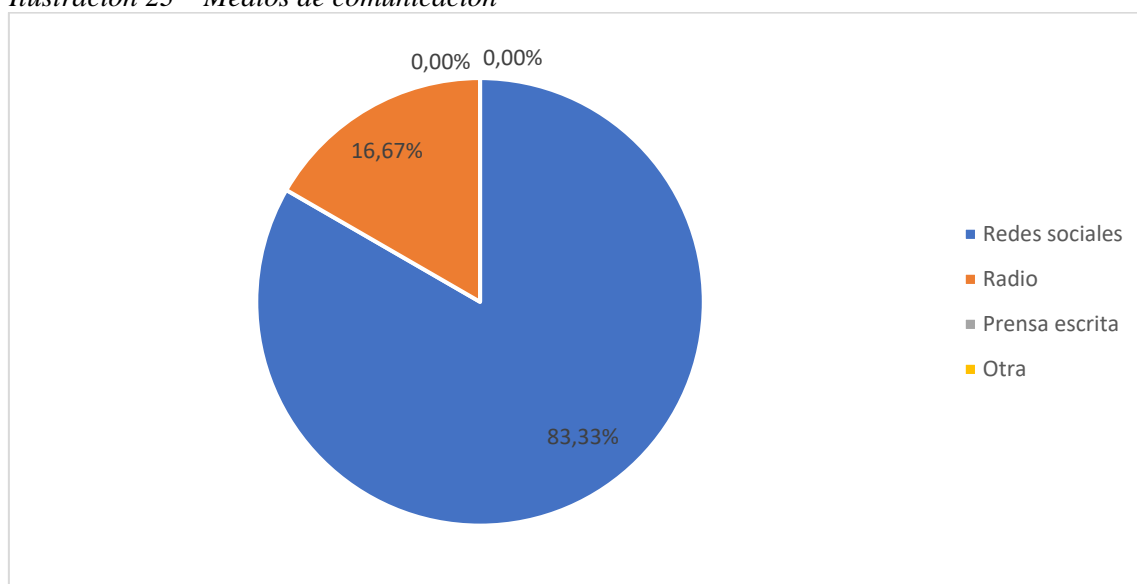
Tabla 25 – Medios de comunicación

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	5	83,33%
Radio	1	16,67%
Prensa escrita	0	0,00%
Otra	0	0,00%
Total	6	100%

Fuente: Investigación de mercado a los proveedores de la ciudad de Loja

Elaboración: Henry Barragán

Ilustración 23 – Medios de comunicación



Fuente: Tabla #25

Interpretación

Un medio de comunicación es un instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso de comunicación. Es así que de acuerdo a las respuestas el 83,33% de los encuestados prefieren el uso de las redes sociales; mientras que el 16,67% optan por la radio. Por consiguiente, se puede determinar que el 83,33% prefiere el uso de redes sociales.

7. Discusión

7.1 Estudio de Mercado

Comprende un conjunto de acciones que se llevan a cabo con el fin de conocer la respuesta del mercado o público objetivo del café en bolsas de té. Se analizarán aspectos tan fundamentales como: el producto, precio, calidad, distribución, plaza y promoción; todo ello facilitará tener una visión más clara de lo que el target realmente necesita, y en base a ello adaptar el producto para satisfacer y cumplir con las expectativas de los consumidores.

Producto principal

“Café en bolsa de té” En el mercado actual no se encuentra un producto de igual presentación ya que únicamente se encuentra en presentaciones de café de filtrar libreado y el café instantáneo o soluble; es por ello que surge la necesidad de implementar este nuevo producto el cual pretende ser una opción más de consumo para las familias lojanas que degustan del café pasado o de filtrar, pero con la gran diferencia que para prepararlo requiere de menos esfuerzo.

Subproductos

El producto en mención no da lugar a la obtención de productos secundarios ya que la materia prima la constituye el grano maduro de café el cual se obtiene del cafeto, posteriormente el grano de café es secado para luego molerlo y finalmente el proceso del tueste. Por ende, en todo el proceso no existen la generación de subproductos o desechos.

Producto complementario

Dentro de los productos complementarios están aquellos que se deben utilizar en conjunto para utilizar el producto principal; dentro del cual el complemento para el “Café en bolsas de té” es el agua, la leche, y el endulzante.

Producto sustituto

El café en bolsas de té, el producto que lo sustituye es la leche y las diferentes presentaciones de té aromáticas que se encuentran en el mercado, mismos que satisfacen la necesidad de una bebida caliente de fácil preparación.

Determinación de la Demanda y la Oferta

Consumo Per Cápita

Este indicador nos permite medir y analizar los índices de consumo de café en las familias lojanas; para efectos del mismo se obtuvo en la tabla #7 un consumo per cápita de 4,93 libras de café mensual por familia, que corresponde a 19 cajas de café en bolsitas de té mensual y 228 anual, como se explica a continuación:

Tabla 26 - Consumo Per Cápita

1 libra = 454 gramos

1 caja de café = 120 gramos

2.238,22 gramos

4,93 libras * 454 gramos

19 cajas de café por familia / mensual

2.238,22 gramos / 120 gramos

228 cajas de café por familia / año

19 cajas de café * 12 meses

Fuente: Tabla # 7

Elaboración: Henry Barragán

Demanda Potencial

Para determinar el total de la población de estudio que utiliza la empresa con proyección hasta el año cinco, que es el tiempo estimado de duración del proyecto, se consideró como base la población por familias de la ciudad de Loja; según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2010) la población para el año 2010 fue de 180.617 habitantes; como se trata de realizar la investigación de mercado de un producto alimenticio, entonces la población de estudio se realizó por familias, por ende se divide

para 4 miembros por familia que corresponde a la tasa de crecimiento poblacional (TCP). Para obtener la población de estudio del año base que en este caso es el año 2021, se proyectó la población con la fórmula de $[P_p = P_o(1+i)^n]$ con una tasa de crecimiento de las familias lojanas de 2,27% según datos del INEC, 2010), obteniendo un total de 57.800 familias.

La demanda potencial es la cantidad de cajas de café de 15 sobres que las familias lojanas estarían dispuestas a comprar en futuro, para lo cual de acuerdo a los datos obtenidos en la tabla #5 se tiene un porcentaje de aceptación del 99,75%, estableciendo de esta forma la demanda potencial del proyecto como se muestra a continuación:

Tabla 27 - Demanda Potencial

Años	Población	Porcentaje de aceptación	Familias que comprarían en un futuro	Promedio de Consumo (cajas de café de 15 sobres)	Demanda Potencial (cajas de café de 15 sobres)
0	57.800	99,75%	57.656	228	13.145.454
1	59.112	99,75%	58.965	228	13.443.914
2	60.454	99,75%	60.303	228	13.749.091
3	61.826	99,75%	61.672	228	14.061.195
4	63.230	99,75%	63.072	228	14.380.384
5	64.665	99,75%	64.504	228	14.706.819

Fuente: Tabla # 5, 26, (INEC, 2010)

Elaboración: Henry Barragán

Demanda Real

Luego de obtener la demanda potencial se procede a la obtención de la demanda real, que es la cantidad de cajas de café de 15 sobres que compran actualmente las familias lojanas, para lo cual de acuerdo a los datos obtenidos en la tabla #11 se tiene un porcentaje de aceptación del 100%, estableciendo de esta forma la demanda real del proyecto como se muestra a continuación:

Tabla 28 - Demanda Real

Años	Familias que comprarían en un futuro	Porcentaje de aceptación	Familias que compran actualmente	Promedio de Consumo (cajas de café de 15 sobres)	Demanda Real (cajas de café de 15 sobres)
0	57.656	100%	57.656	228	13.145.454
1	58.965	100%	58.965	228	13.443.914
2	60.303	100%	60.303	228	13.749.091
3	61.672	100%	61.672	228	14.061.195
4	63.072	100%	63.072	228	14.380.384
5	64.504	100%	64.504	228	14.706.819

Fuente: Tabla # 11, 26 y 27

Elaboración: Henry Barragán

Demanda Efectiva

Para la obtención de la demanda efectiva, que son las familias que comprarían en la nueva empresa las cajas de café de 15 sobres, se hizo uso del resultado de la tabla #13 donde el 70,71% de las familias están dispuestas a adquirir el producto; como se muestra a continuación:

Tabla 29 - Demanda Efectiva

Años	Familias que compran actualmente	Porcentaje de aceptación	Familias que comprarían en la nueva empresa	Promedio de Consumo (cajas de café de 15 sobres)	Demanda Efectiva (cajas de café de 15 sobres)
0	57.656	70,71%	40.768	228	9.295.151
1	58.965	70,71%	41.694	228	9.506.192
2	60.303	70,71%	42.640	228	9.721.982
3	61.672	70,71%	43.608	228	9.942.671
4	63.072	70,71%	44.598	228	10.168.370
5	64.504	70,71%	45.610	228	10.399.192

Fuente: Tabla # 13, 26 y 28

Elaboración: Henry Barragán

Demanda Insatisfecha

Una vez determinada la oferta, se requiere conocer la demanda insatisfecha para los años de vida útil del proyecto, para lo cual se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{Demanda Efectiva} - \text{Oferta} = \text{Demanda Insatisfecha}$$

Tabla 32 - Demanda Insatisfecha

Años	Demanda Efectiva (Cajas de café de 15 sobres)	Oferta Total (Cajas de café de 15 sobres)	Demanda Insatisfecha (Cajas de café de 15 sobres)
0	9.295.151	579.985	8.715.166
1	9.506.192	614.784	8.891.407
2	9.721.982	651.671	9.070.311
3	9.942.671	690.771	9.251.900
4	10.168.370	732.218	9.436.152
5	10.399.192	776.151	9.623.041

Fuente: Tabla # 29 y 31

Elaboración: Henry Barragán

Como se puede observar en el cuadro anterior se obtiene como resultado “*demanda insatisfecha*” lo que se traduce en que existe demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que puede ser cubierta por este negocio al momento de su ejecución.

Plan de Comercialización

Producto

El producto a comercializar es el café de en bolsas de té. Su consumo por tradición lo ha convertido en uno de los productos de mayor demanda, por ende, este nuevo producto pretende ser una opción más de consumo teniendo como base de elaboración los granos de café, los cuales son procesados de forma natural sin el uso de agentes químicos como saborizantes, colorantes o cualquier otro que modifique la esencia del producto.

La empresa productora y comercializadora del “Café en bolsas de té” ofrecerá a las familias lojanas una nueva presentación de consumo de café de filtrar, el cual será

ofertado acorde a los gustos y preferencias de los clientes con estándares de calidad y a precios competitivos.

Presentación

La presentación del producto será en cajas de 15 unidades con sobre y envoltura exterior de un peso de 8 gramos cada uno, con un peso neto de 120 gramos por caja. La marca con la cual se identificará al producto será “Air Coffee”.

El diseño del logotipo de la empresa y la caja se presentan a continuación:

Logotipo

Ilustración 24 – Logotipo de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.



Elaboración: Henry Barragán

Caja y sobres filtrantes

Ilustración 25 - Diseño de caja y sobres filtrantes de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.



Elaboración: Henry Barragán

Etiqueta

Ilustración 26 – Diseño de etiqueta de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.



Elaboración: Henry Barragán

Precio

Para la determinación del precio del producto, se lo realizará más adelante en el estudio financiero considerando que se cubra los costos totales de producción y el margen de utilidad para la empresa. Así mismo para la determinación del precio se considerará un precio justo, competitivo y accesible para las familias lojanas.

Plaza

El canal de comercialización para el “Café en bolsas de té” será directo por parte de la empresa productora y comercializadora “Air Coffee Cía. Ltda.”

Ilustración 27 – Canales de distribución de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.



Elaboración: Henry Barragán

Promoción

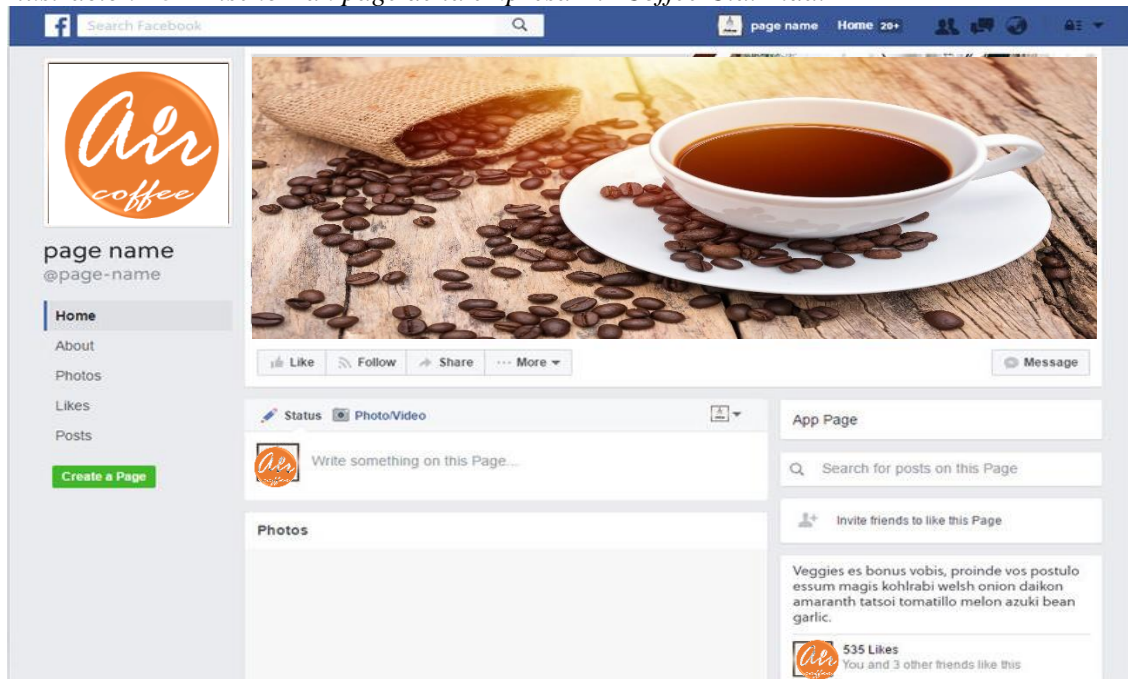
Para lograr ingresar al mercado local se utilizarán herramientas promocionales como la publicidad a través de redes sociales como se describe a continuación:

Publicidad

La empresa productora y comercializadora de “Café en bolsas de té”, considerando los resultados de las encuestas aplicadas a las familias lojanas en la pregunta 11 que dice: *¿Qué medios utiliza para informarse y/o comunicarse? tabla #15*, se obtiene que un 93,94% prefiere el uso de las redes sociales sobre otros medios de comunicación.

Con estos antecedentes, la publicidad será netamente digital mediante el uso de la red social de facebook para lo cual se creará un Fan Pages; donde además se podrá interactuar de forma directa entre cliente/empresa y viceversa.

Ilustración 28 - Diseño Fan page de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.



Elaboración: Henry Barragán

Proveedores

La materia prima principal que son los granos de café será adquirida a proveedores locales provenientes de Vilcabamba, Sozoranga, y Puyango; con los cuales además se buscará establecer convenios para lograr un abastecimiento correcto y granos de calidad a buen precio para lograr obtener un producto de excelencia y accesible a los consumidores.

7.2 Estudio Técnico

En este estudio se describe el proceso que se va a seguir, el tiempo necesario para producir, cuánto costará y que necesita la empresa Air Coffee para lograr producir el café en bolsas de té.

Tamaño de la empresa

El tamaño se refiere a la cantidad de cajas de café de 15 sobres que la empresa Air Coffee podrá producir en un periodo de tiempo determinado.

Capacidad Instalada

La capacidad instalada es el nivel máximo de producción que se puede obtener con la utilización de la máquina envasadora SP-A600 de sobres para café, la cual tiene una capacidad de procesamiento de 15.436 gramos de café. Seguidamente se procede al pesado de cada sobre con un peso de 8 gramos cada uno para luego ser empacados en cajas de 15 unidades. Todo este proceso requiere de 60 minutos, donde se procesarán 15.436 gramos de café que corresponde a 1.930 sobres de café en presentación de té; 46.320 sobres de café trabajando las 24 horas al día, y 16.906.800 sobres de café operando los 365 días del año que corresponde a 1.127.120 cajas de café al año.

Tabla 33 - Capacidad de Maquinaria de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

1.930 sobres de café por hora.

1 caja de café = 15 sobres de 8g. c/u

46.320 sobres de café / día 24 horas * 1.930 sobres de café/hora

324.240 sobres de café /semana 7 días * 46.320 sobres de café día

16.906.800 sobres de café / año 365 días * 46.320 sobres de café/día

1.127.120 cajas de café / año 16.906.800 sobres de café/año / 15 sobres

Fuente: (Chinapak, 2021)

Elaboración: Henry Barragán

Tabla 34 - Capacidad Instalada de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Demanda Insatisfecha	Capacidad Instalada 24H Cajas de 15 sobres de café de 8g. c/u	% de la Demanda Insatisfecha
8.715.166	1.127.120	12,93%

Fuente: Tabla # 32 y 33

Elaboración: Henry Barragán

Capacidad Utilizada

Para la capacidad utilizada se consideró 8 horas laborables, por lo cual la empresa “Air Coffee” producirá 15.440 sobres de café por día; 77.200 sobres de café por semana; y 4.029.840 sobres de café al año que corresponde a 268.656 cajas de café en sobres de 8g. Así mismo se plantea operar con el 100% de la capacidad utilizada.

Tabla 35 - Capacidad Utilizada de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

1.930 sobres de café por hora.

1 caja de café = 15 sobres de 8g. c/u

15.440 sobres de café / día 8 horas * 1.930 sobres de café/hora

77.200 sobres de café /semana 5 días * 15.440 sobres de café día

4.029.840 sobres de café / año 261 días * 15.440 sobres de café/día

268.656 cajas de café / año 4.029.840 sobres de café/año / 15 sobres

Fuente: (Chinapak, 2021)

Elaboración: Henry Barragán

Tabla 36 - Proyección de la Capacidad Utilizada de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Años	Capacidad Instalada (Cajas de café de 15 sobres) 24H.	Capacidad Utilizada (Cajas de café de 15 sobres) 8H.	% de Utilización	Capacidad Utilizada (Cajas de café de 15 sobres)
1	1.127.120	268.656	100%	268.656
2	1.127.120	268.656	100%	268.656
3	1.127.120	268.656	100%	268.656
4	1.127.120	268.656	100%	268.656
5	1.127.120	268.656	100%	268.656

Fuente: Tabla #35

Elaboración: Henry Barragán

Participación de mercado

Consiste en el porcentaje de ventas que tendría la empresa Air Coffee con las cajas de café de 15 unidades, para lo cual se divide la capacidad utilizada para la demanda insatisfecha, obteniendo el primer año un porcentaje de participación del 3,02% como se muestra seguidamente en la tabla.

Tabla 37- Participación de mercado de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Años	Capacidad Utilizada (Cajas de café de 15 sobres)	Demanda Insatisfecha (Cajas de café de 15 sobres)	% Participación del mercado
1	268.656	8.891.407	3,02%
2	268.656	9.070.311	2,96%
3	268.656	9.251.900	2,90%
4	268.656	9.436.152	2,85%
5	268.656	9.623.041	2,79%

Fuente: Tabla # 32 y 36

Elaboración: Henry Barragán

Localización

Para el estudio de localización de la empresa Air Coffee, se dará en dos niveles: nivel macro o zona donde se ubicará la planta, y a nivel micro o el lugar específico, considerando el análisis de los factores de localización.

Macrolocalización

Para determinar la macrolocalización de la empresa Air Coffee se plantean tres opciones, considerando el análisis de diversos factores y haciendo uso del método cuantitativo por puntos, como se muestra seguidamente:

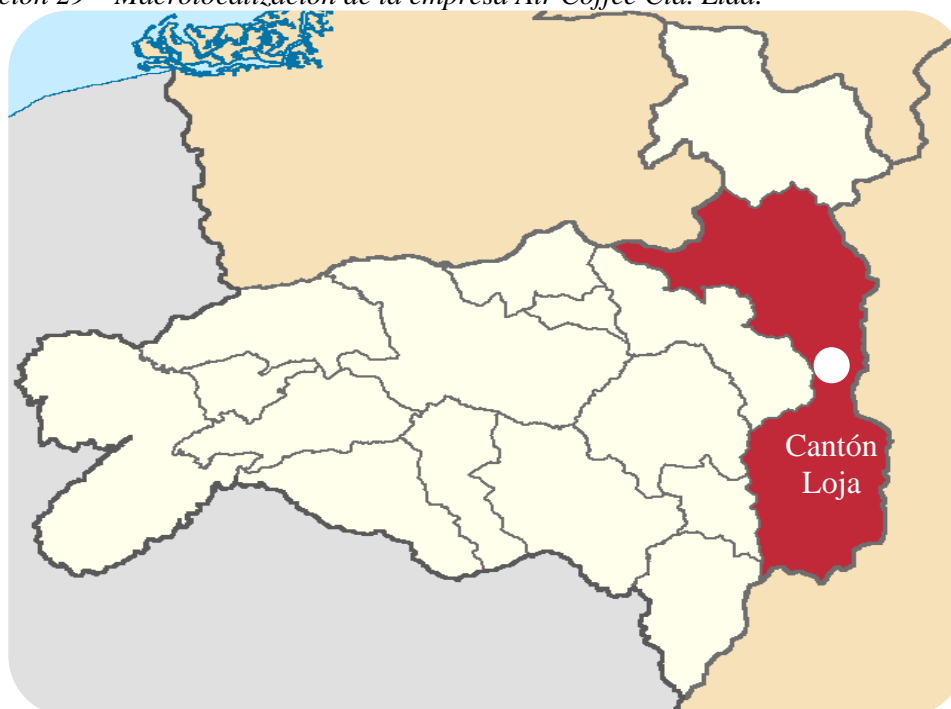
Tabla 38 - Matriz de Valoración de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Factor relevante	Peso asignado	Loja		Vilcabamba		Sozoranga	
		C	P	C	P	C	P
Ubicación de consumidores	0,30	9	2,70	7	2,10	7	2,10
Localización de materias primas y demás insumos	0,25	7	1,75	8	2,00	8	2,00
Vías de comunicación y medios de transporte	0,20	8	1,60	8	1,60	7	1,40
Servicios básicos	0,20	8	1,60	8	1,60	8	1,60
Políticas, planes o programas de desarrollo	0,05	5	0,25	4	0,20	4	0,20
TOTAL	1		7,90		7,50		7,30
	C = Calificación = 1-10		P = Calificación Ponderada = Peso asignado * C				

Elaboración: Henry Barragán

Luego del análisis respectivo y de acuerdo a la matriz de valoración, la empresa Air Coffee estará ubicada en la región sur, zona 7, provincia de Loja, ciudad de Loja; siendo esta la mejor ubicación para la producción y elaboración del producto.

Ilustración 29 – Macrolocalización de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.



Fuente: Mapa localizador del cantón en Loja, Ecuador (Wikipedia, 2017)

Microlocalización

Es la determinación del punto preciso donde se establecerá la empresa Air Coffee dentro de la ciudad de Loja. Se analizan factores como: mano de obra, materias primas, servicio de comunicaciones, tecnología, competencia, costos de transporte, entre otros. Para determinar la microlocalización de la empresa Air Coffee se plantean tres opciones; y haciendo uso del método cuantitativo por puntos, como se muestra seguidamente:

Tabla 39 - Matriz de valoración /Microlocalización de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Factor relevante	Peso asignado	Zona Norte		Zona central		Zona sur	
		C	P	C	P	C	P
Mano de obra	0,25	8	2,00	8	2,00	8	2,00
Disponibilidad de materias primas y demás insumos	0,25	8	2,00	8	2,00	8	2,00
Servicios básicos	0,20	8	1,60	8	1,60	8	1,60
Costo de arriendo	0,20	6	1,20	5	1,00	7	1,40
Transporte	0,10	8	0,80	8	0,80	8	0,80
TOTAL	1		7,60		7,40		7,80

C = Calificación = 1-10 P = Calificación Ponderada = Peso asignado * C

Elaboración: Henry Barragán

De acuerdo a la matriz de valoración la mejor ubicación para la empresa Air Coffee es en la Zona sur de la ciudad de Loja, por lo cual la empresa estará ubicada en el sector El Valle, barrio San José, en las avenidas: Francisco Arias 73-122 y Clotario Paz.

Ilustración 30 - Microlocalización de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.



Fuente: Google Maps

Elaboración: Henry Barragán

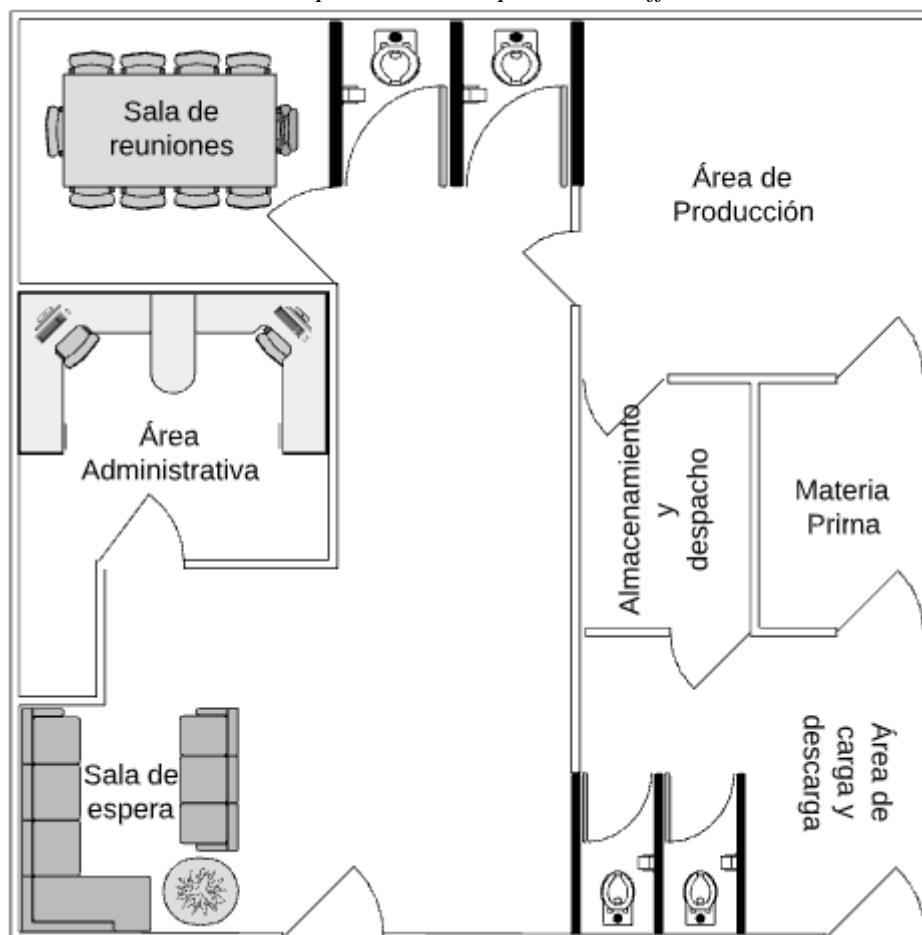
Ingeniería del proyecto

La ingeniería de proyectos es la etapa en la que se definen los recursos necesarios para la ejecución de planes o tareas de la empresa Air Coffee relacionados con la distribución de la planta, proceso productivo y el componente tecnológico indispensable para poder operar adecuadamente.

Distribución de la planta

Es la forma técnica de disponer la mejor ubicación de los equipos y demás elementos físicos en la empresa Air Coffee, para facilitar la circulación de los materiales y de las personas.

Ilustración 31 - Distribución de la planta de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.



Elaboración: Henry Barragán

Proceso productivo

El proceso productivo es la secuencia de actividades requeridas para la elaboración de las cajas de café de 15 sobres, las cuales están divididas en 6 etapas diferentes donde van sufriendo modificaciones. Seguidamente se muestra el proceso productivo para la obtención del café en presentación de bolsas de té:

Etapa 1: Recepción y almacenamiento de materias primas

En esta etapa se lleva a cabo la recepción, revisión y almacenamiento de las materias primas como el café molido y tostado, papel filtrante, nylon y el rollo de etiquetas.

Etapa 2: Transporte de las materias primas

Esta etapa consiste en trasladar las materias primas al área de producción para así poder organizar cada una de las actividades.

Etapa 3: Producción del café en bolsas de té

Esta etapa consiste en la ubicación de materias primas de acuerdo a las cantidades y proporciones que necesita la máquina envasadora SP-A600; esta máquina realiza automáticamente las siguientes tareas: introducción o llenado del café, sellado en caliente de la bolsa de té, pegado de hilo, etiquetado, sellado del sobre y el conteo de las bolsas de té gracias a que cuenta con tecnología de foto celda.

Etapa 4: Control de calidad

Concluido el proceso de producción de los sobres de café en bolsas de té, se tomarán muestras al azar para verificar peso, sellado y etiquetado correcto de cada sobre con el fin de garantizar que el producto llegue en condiciones óptimas a los consumidores.

Etapa 5: Empaque del producto

Una vez pasado satisfactoriamente el control de calidad, los sobres de café en bolsas de té pasan al llenado de cajas el cual contiene 15 sobres de 8g. c/u., para luego ser almacenados y posteriormente comercializados.

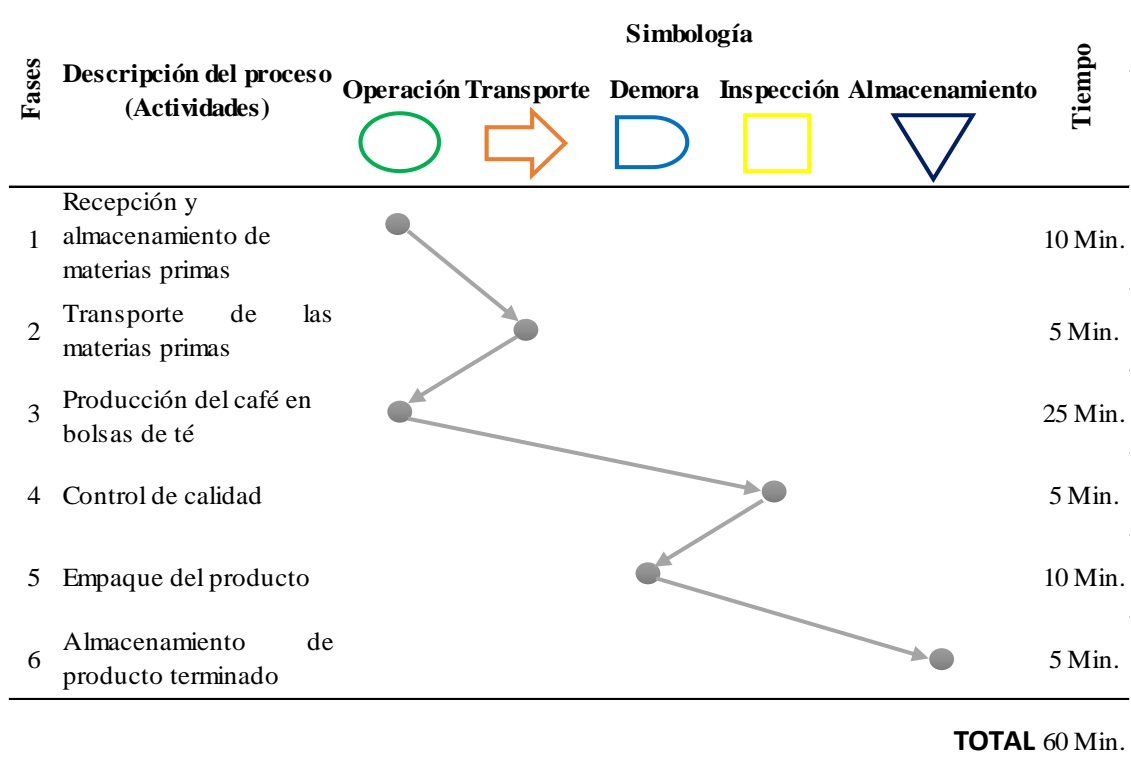
Etapa 6: Almacenamiento de producto terminado

Las cajas con el producto terminado serán almacenadas en bodega con un ambiente fresco, seco, limpio y con circulación de aire para garantizar la calidad del producto; para su posterior distribución.

Flujograma de procesos

El flujograma de procesos de la empresa “Air Coffe” muestra el proceso productivo de 1.930 sobres de café en presentación de té, con un tiempo requerido de 60 minutos.

Ilustración 32 - Flujograma de procesamiento de 1930 sobres café por hora de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.



Elaboración: Henry Barragán

Componente Tecnológico

Comprende la maquinaria y equipo necesario para llevar a cabo el desarrollo del proceso productivo de las cajas de café de 15 sobres. Seguidamente se detalla la maquinaria a utilizar:

Tabla 40 - Máquina envasadora SP-A600 de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Cantidad	1
Marca	Chinapak
Modelo	SP-A600
Características técnicas	Máquina envasadora de té o café en bolsitas, puede realizar automáticamente las siguientes tareas: introducción de té o hierbas, sellado en caliente de la bolsa de té, pegado de hilo, etiquetado, sellado del sobre, conteo de las bolsas de té, etc., elaborada en acero inoxidable, el calibre, largo de la bolsa, temperatura de sellado, de corte son todos ajustables. Largo de hilo: 155 mm Volumen de la bolsa: 155 mm Producción: 32-60 bolsas/minuto Voltaje: 220 V/50HZ Potencia: 3.7 kw Peso de la máquina: 500kg Dimensiones generales: 900x610x1500mm
Precio	U.S.D. 6.740,00



Fuente: Máquina envasadora SP-A600 (Chinapak, 2021)

Elaboración: Henry Barragán

Tabla 41 - Máquina cartonadora y empacadora en cajas de cartón de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Cantidad	1
Marca	Chinapak
Modelo	SP-ZH100

Características técnicas	Máquina automática empacadora en cajas de cartón, elaborada en acero inoxidable, puede hacer paquete de las bolsitas de té o de café u otros pequeños productos en cajas de cartón. Tiene estructura simple, menos desgaste y de larga duración. Puede ajustar el tamaño y la velocidad de las bolsas automáticamente.
	Tamaño de cartón: (Largo x Ancho x Alto)220x140x80mm (Largo x Ancho x Alto)120x60x20mm
	Potencia: 1.5 kw
	Peso de la máquina: 1.200 kg
	Dimensiones generales: 3800x1350x1650mm
Precio	U.S.D. 2.375,00



Fuente: Máquina cartonadora y empacadora en cajas de cartón SP-ZH100 (Chinapak, 2021)
Elaboración: Henry Barragán

Requerimiento de muebles y equipos de oficina

- 3 escritorios gerenciales
- 5 sillas giratorias ejecutivas
- 2 archivadores
- 2 mesas de trabajo
- 1 juego de sala
- 2 laptop
- 2 computadoras de escritorio
- 2 impresoras multifunción

Requerimiento de personal

- 2 obreros
- 1 gerente
- 1 secretaria
- 1 contadora
- 1 jefe de producción
- 1 vendedor
- 1 asesor jurídico

7.3 Estudio de Organización y Legal de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

El estudio de organización consiste en proporcionar a la empresa “Air Coffe” una estructura formal, asignando actividades a los diferentes niveles y definiendo cada uno de los mecanismos de coordinación. Por otra parte, y no menos importante el Estudio Legal permite determinar las implicaciones legales de constitución y funcionamiento en este caso de la nueva empresa Air Coffe.

Diseño Organizacional

El diseño organizacional es el proceso de construir y ajustar la estructura de la empresa Air Coffee para lograr alcanzar los objetivos propuestos.

Filosofía empresarial

Misión

Misión de la empresa “Air Coffe Cía. Ltda.”:

Producir y comercializar café tostado y molido en presentación de bolsitas de té de calidad diferenciada, mediante modernos procesos de producción, actuando con responsabilidad social y ambiental.






Visión

Visión de la empresa “Air Coffe Cía. Ltda.” para el año 2025:

Ser la empresa líder en promover la economía local de los agricultores de café de la ciudad de Loja y ser reconocida a nivel nacional.

Valores

Valores de la empresa “Air Coffe Cía. Ltda.”:

-  Responsabilidad
-  Compromiso ético
-  Respeto
-  Adaptabilidad
-  Perseverancia

Objetivos estratégicos

- Diseñar y ejecutar un plan de desarrollo futuro y servicio al cliente del producto a ofrecer para el año 2023.
- Incrementar la presencia de la empresa a nivel nacional, adaptándose y mejorando constantemente para el año 2025.
- Obtener una rentabilidad de al menos un 15% sobre los costos de inversión.
- Lograr una gestión eficiente de calidad y desarrollo sostenible para el año 2030.

Organización legal

Según Supercias (2014) de la “Ley de Compañías” Art. 2 hay cinco especies de compañías de comercio a saber; por lo cual en mi elección he optado por la “Compañía de Responsabilidad Limitada” la cual tiene la siguiente peculiaridad:

- **Nombre.** - en esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Superintendencia de Compañías.
- **Nro. de socios.** – la compañía se constituirá con dos socios como mínimo, o con un máximo de quince.
- **Capital.** – se constituye con un capital mínimo de USD. 400,00 dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez.

MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

SEÑOR NOTARIO:

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

PRIMERA. - COMPARECIENTES. - Intervienen en el otorgamiento de esta escritura los señores: STEVEN DANILO BARROS ATIENCIA, KEVIN ALEJANDRO BRAVO PINZÓN, HENRY JONATHAN BARRAGÁN RÍOS: los comparecientes declaran ser ecuatorianos, mayores de edad, solteros todos y domiciliados en la ciudad de Loja.

SEGUNDA. - DECLARACION DE VOLUNTAD. - Los comparecientes declaran que constituyen, como en efecto lo hacen, una compañía de 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 COMPAÑÍA. –

Título I

Del nombre, domicilio, objeto y plazo

Artículo 1º. - Nombre. - El nombre de la compañía que se constituye es “AIR COFFEE CÍA LTDA.”

Artículo 2º. - Domicilio. - El domicilio principal de la compañía es en la ciudad de Loja, con domicilio en el mismo lugar, provincia de Loja.

Artículo 3º. - Objeto. - El objeto de la compañía consiste en la producción y comercialización de café tostado y molido en presentación de sobres de té, y cualquier

otra actividad a fin con la expresada. En cumplimiento de su objeto, la compañía podrá celebrar todos los actos y contratos permitidos por la ley.

Artículo 4° . - Plazo. - El plazo de duración de la compañía es de 5 años, contados desde la fecha de inscripción de esta escritura; puede prorrogarse por resolución de la junta general de socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular.

Título II

Del Capital

Artículo 5° . - Capital y participaciones. - El capital suscrito es de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América, dividido en cuatrocientas participaciones de un dólar cada una, que estarán representadas por el certificado de aportación correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos.

Título III

Del gobierno y de la administración

Artículo 6° . - Norma general. - El gobierno de la compañía corresponde a la junta general de socios, y su administración al gerente y al presidente. La representación legal, judicial y extrajudicial corresponderá al Gerente. En caso de falta temporal o definitiva, le subrogará el presidente hasta que la Junta General nombre al titular.

Artículo 7° . - Convocatorias. - La convocatoria a junta general efectuará el gerente de la compañía, mediante nota dirigida a la dirección registrada por cada socio en ella, con ocho días de anticipación, por lo menos, respecto de aquél en el que se celebre la reunión. En tales ocho días no se contarán ni el de la convocatoria ni el de realización de la junta (optativo publicar por la prensa).

Artículo 8° . - De la Junta Universal, de las facultades de la junta, del quórum de instalación y del quórum de decisión. - Se estará a lo dispuesto en la Ley de Compañías.

Artículo 9°. - El Presidente y el Gerente ejercerán todas las atribuciones previstas para los administradores en la Ley de Compañías.

Título IV

Disolución y liquidación

Artículo 10°. - Norma general. - La compañía se disolverá y se liquidará conforme se establece en la Sección XII de la Ley de Compañías.

Cuarta. Declaraciones. - El capital con el que se constituye la compañía “AIR COFFEE CÍA LTDA.” ha sido suscrito y pagado en su totalidad en la siguiente forma: STEVEN DANILO BARROS ATIENCIA quinientas participaciones, de un dólar cada una, con un valor total de quinientos dólares de los Estados Unidos de América, KEVIN ALEJANDRO BRAVO PINZÓN quinientas participaciones, de un dólar cada una, con un valor total de quinientos dólares de los Estados Unidos de América, y HENRY JONATHAN BARRAGÁN RÍOS quinientas participaciones, de un dólar cada una, con un valor total de quinientos dólares de los Estados Unidos de América. TOTAL: mil quinientas participaciones de un dólar cada una; valor que ha sido depositado en dinero en efectivo en la cuenta «Integración de Capital», en el Banco de Loja.

DISPOSICION TRANSITORIA. - Los contratantes acuerdan autorizar al doctor EITHAN ZAID HERRERA BARRAGÁN para que a su nombre solicite al Superintendente o a su delegado la aprobación del contrato contenido en la presente escritura, e impulse posteriormente el trámite respectivo hasta la inscripción de este instrumento. En todo lo no estipulado en este estatuto, se estará a lo dispuesto en la Ley de Compañías y demás leyes afines.

En caso de controversia, las partes podrán someterse a la Ley de Mediación.

Usted, Señor Notario, se dignará añadir las correspondientes cláusulas de estilo.

Organización Administrativa

La organización administrativa comprende aquellas acciones que se llevarán a cabo en la empresa Air Coffe para potenciar su eficiencia y aprovechar al máximo todos sus recursos, tanto humanos como materiales y técnicos.

Áreas funcionales

Las áreas funcionales de la empresa Air Coffee serán:

- **Área de dirección:** el “*presidente*” elegido por la junta general de socios de la empresa Air Coffee, tendrá la responsabilidad de esta área imprescindible, considerada la cabeza de la empresa.
- **Área de administración:** estará a cargo del gerente, responsable de la operación de Air Coffe en sentido general.
- **Área de producción:** conformada por el jefe de producción y obreros de Air Coffee donde se llevará a cabo la producción de las cajas de café de 15 sobres.
- **Área de ventas:** esta área tendrá un responsable de ventas el cual tendrá a su cargo plantear las estrategias necesarias para que la empresa Air Coffee pueda comercializar de forma correcta las cajas de café de 15 sobres.
- **Área de finanzas:** manejado por una contadora, responsable de llevar a cabo todo el registro contable de la empresa Air Coffee.

Niveles Administrativos

La empresa Air Coffee tendrá una estructura formal de mando, con el fin de poder diferenciar los diferentes niveles dentro de la misma, para un mejor desenvolvimiento.

1.- Nivel directivo.

Este nivel será representado por el presidente el cual tiene como funciones principales: legislar políticas, crear normas y procedimientos que debe seguir la organización. Así

como también realizar reglamentos, decretar resoluciones que permitan el mejor desenvolvimiento administrativo y operacional de la empresa.

2.- Nivel ejecutivo.

El gerente será el segundo al mando de la empresa Air Coffe, el cual es responsable de planificar, dirigir, organizar, orientar y controlar las tareas administrativas de la empresa.

3.- Nivel asesor

Este nivel contara con un asesor jurídico y un financiero, los cuales no tienen autoridad en mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, contable, industrial y demás áreas que tenga que ver con la empresa Air Coffee.

4.- Nivel auxiliar o de apoyo

Este nivel contará con una secretaria la cual servirá de apoyo a los otros niveles administrativos, en la prestación de servicios, en forma oportuna y eficiente.

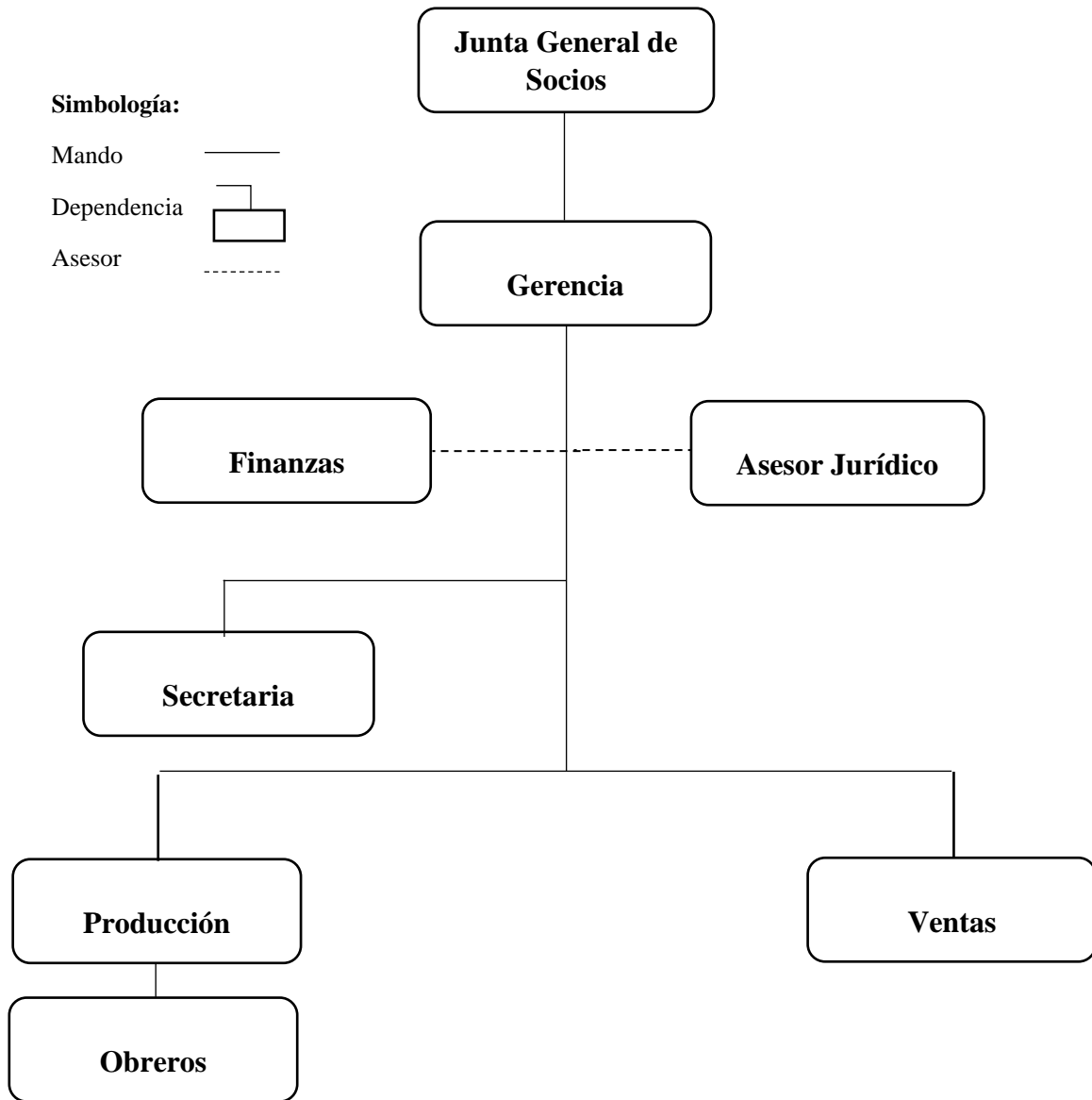
5.- Nivel operativo

Conformado por las áreas de producción y mercadotecnia; constituyen el nivel más importante de la empresa Air Coffee y son los responsables directos de la ejecución de las actividades básicas de la empresa, siendo el pilar de la producción y comercialización de las cajas de café de 15 sobres.

Organigramas

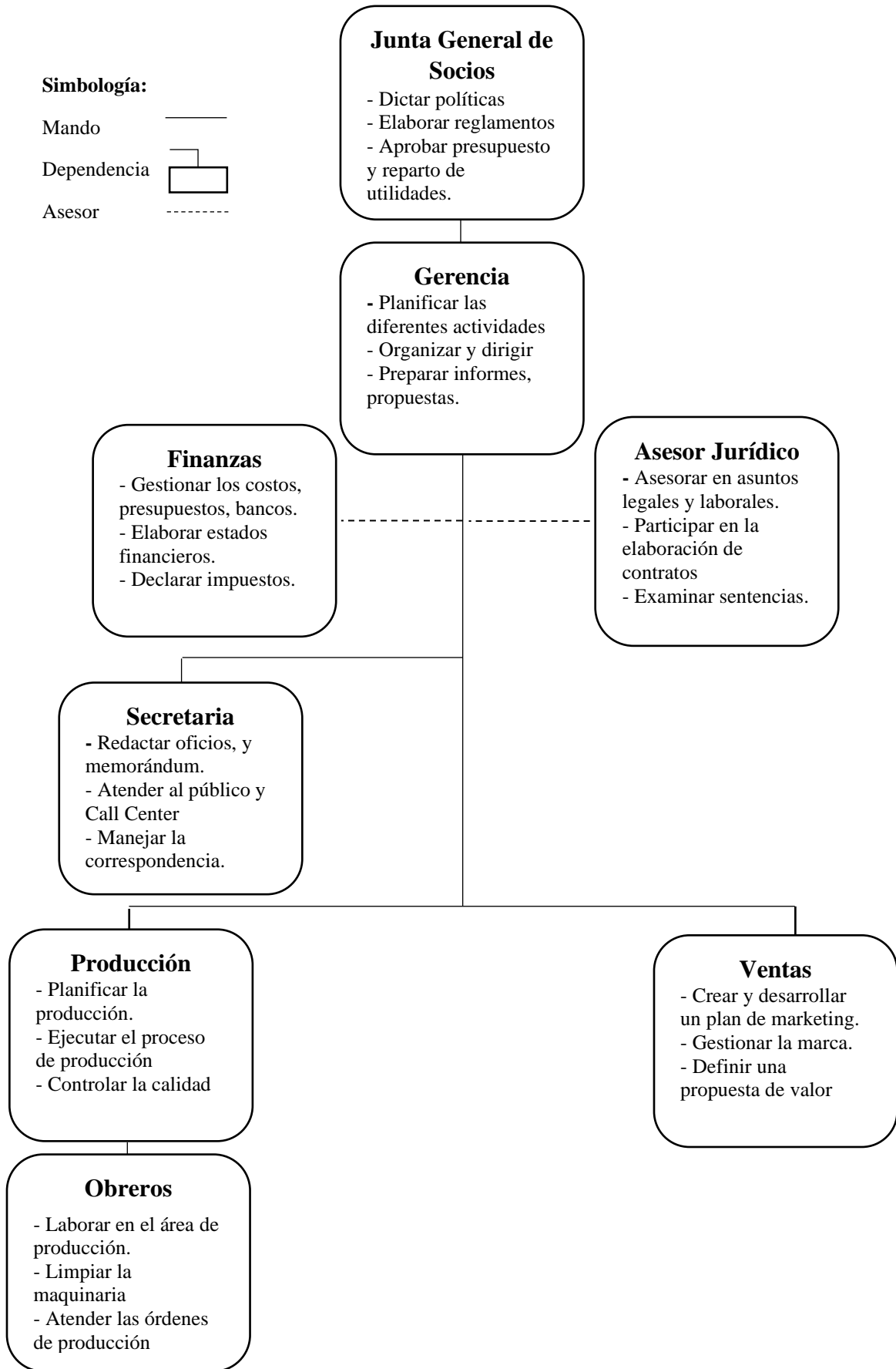
Es un esquema gráfico que representa la estructura interna de la empresa Air Coffee, reflejando las relaciones jerárquicas, competencias, líneas de autoridad, y responsabilidad de cada uno de los colaboradores que la integran.

Ilustración 33 - Organigrama Estructural "Air Coffee Cía. Ltda."



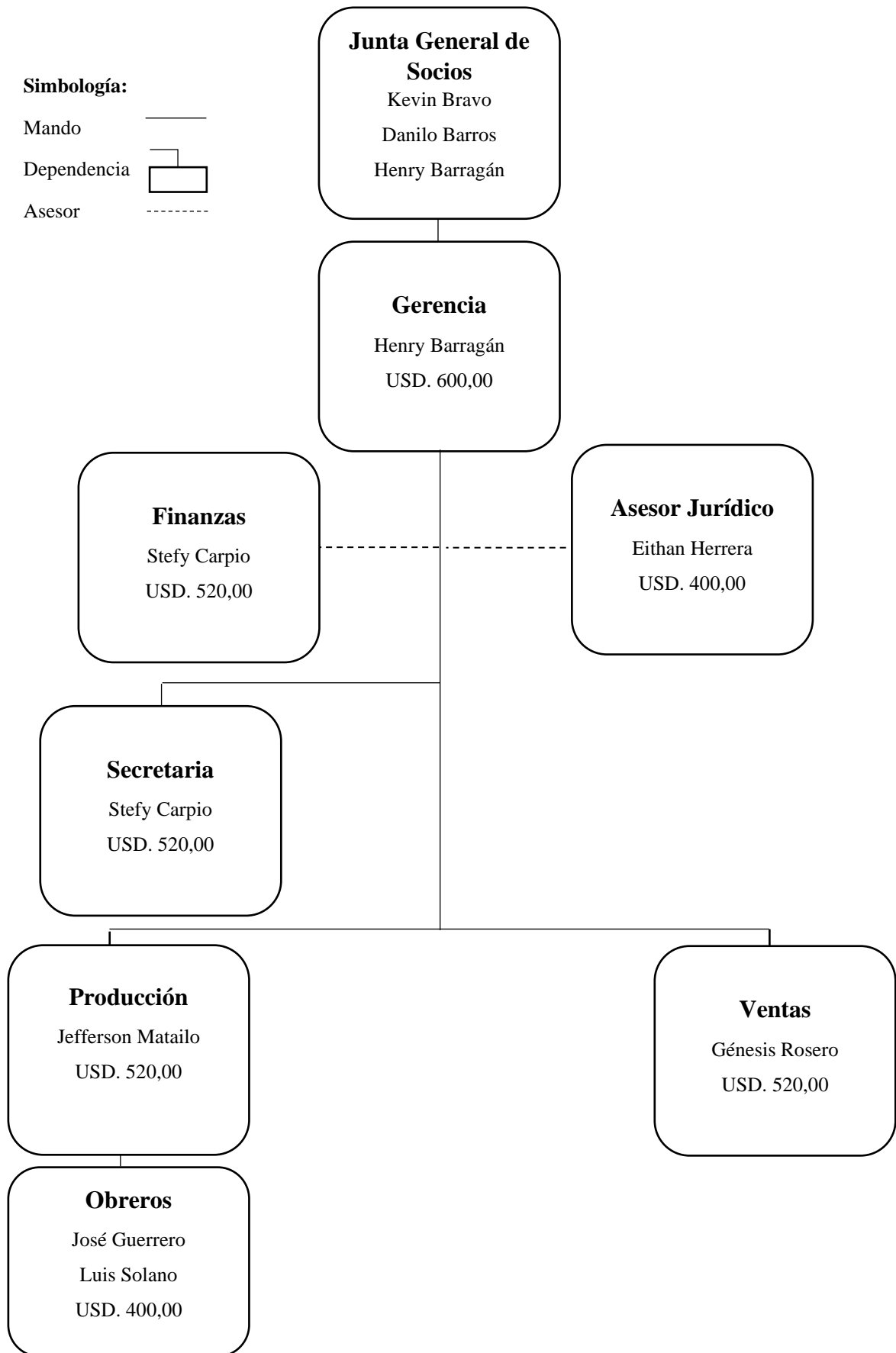
Elaboración: Henry Barragán

Ilustración 34 - Organigrama Funcional "Air Coffee Cía. Ltda."



Elaboración: Henry Barragán

Ilustración 35 - Organigrama de Posición "Air Coffee Cía. Ltda."




Elaboración: Henry Barragán

Manuales de Funciones de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

El manual de funciones constituye el documento formal que compila las diferentes descripciones de puestos de trabajo en la empresa Air Coffee. Seguidamente se describe los manuales de funciones de cada puesto de trabajo:

Tabla 42 - Manual de Funciones / Gerente

	Manual de Funciones “Air Coffee Cía. Ltda.” Identificación del Cargo	Código: AC 001
Nombre del cargo:	Gerente	
Dependencia:	Área de Administración	
Número de Cargos	Uno (1)	
Reporta a:	Junta General de Socios	
Requisitos Mínimos		
Requisitos de Formación	Poseer título académico profesional en Administración de Empresas o afines.	
Perfil del cargo	Estará a cargo de las funciones administrativas dentro de la empresa.	
Requisitos de Experiencia	Dos (2) años.	
Responsabilidades	Será el encargado del correcto funcionamiento y operación de la empresa.	

Objetivo Principal

Responder por todas las funciones administrativas en su sentido más general de la empresa.

Funciones Esenciales

- Gestionar la Adquisición de los bienes que requiera el funcionamiento de la institución de acuerdo al presupuesto aprobado.
- Realizar todos los actos y contratos necesarios para el cumplimiento de los fines de la entidad.
- Dar curso a los decretos, reglamentos e instrucciones que se emitan por intermedio de las autoridades competentes nacionales.
- Preparar informes relacionados con el ámbito de su competencia a los socios de la empresa.
- Preparar propuestas de respuestas a requerimientos de organismos externos, relacionados con el ámbito de su competencia.
- Dirigir e instruir a todas las unidades y funcionarios a su cargo.
- Velar por el adecuado funcionamiento de las diferentes dependencias.

Elaboración: Henry Barragán



Identificación del Cargo	
Nombre del cargo:	Secretaria
Dependencia:	Área de Administración
Número de Cargos	Uno (1)
Reporta a:	Gerente
Requisitos Mínimos	
Requisitos de Formación	Bachillerato general.
Perfil del cargo	Coordinar, implementar y brindar procedimientos administrativos, siendo un apoyo incondicional con las tareas establecidas, excelente redacción y ortografía, facilidad de expresión, dominio de Windows y Office.
Requisitos de Experiencia	No necesaria
Responsabilidades	Procesar información de acuerdo a las necesidades de la empresa.

Objetivo Principal

Atender y orientar al cliente que solicite los productos de una manera cortés y amable para que la información sea más fluida.

Funciones Esenciales

- Mantener informado al gerente sobre compromisos y demás asuntos agendados.
- Emitir la correspondencia bajo numeración correlativa y codificada, de acuerdo al departamento que le ordene, y su remisión inmediata.
- Mantener los archivos de contratos suscritos por la empresa con terceros.
- Recepción de mensajes telefónicos de gerencia.
- Mantener actualizados archivos físicos y en base de datos.
- Control del fondo fijo (Caja chica), de acuerdo a las normas y procedimientos establecidos para tal función.

Elaboración: Henry Barragán



Nombre del cargo:	Identificación del Cargo Jefe de Producción
Dependencia:	Área de Producción
Número de Cargos	Uno (1)
Reporta a:	Gerente
Requisitos Mínimos	
Requisitos de Formación	Poseer título académico profesional en Industrias Alimenticias o afines.
Perfil del cargo	Estará a cargo de la producción y manipulación de la maquinaria y verificación del control de calidad.
Requisitos de Experiencia	Dos (2) años
Responsabilidades	Será el encargado de que la producción sea satisfactoria y entregada a tiempo.

Objetivo Principal

Responder por la producción garantizando un producto de calidad.

Funciones Esenciales

- Será el responsable directo de la producción.
- Manipular de forma directa el producto.
- Vigilar y controlar la calidad de los productos.
- Mantener en condiciones óptimas la maquinaria.
- Dirigir la cadena de producción.
- Llevar el control de la maquinaria.
- Garantizar la calidad del producto.
- Implementar buenas prácticas de manufactura

Elaboración: Henry Barragán



Identificación del Cargo	
Nombre del cargo:	Obreros
Dependencia:	Área de Producción
Número de Cargos	Dos (2)
Reporta a:	Jefe de producción y Gerente
Requisitos Mínimos	
Requisitos de Formación	Bachillerato general.
Perfil del cargo	Deberá estar atento a todo lo que se necesite para agilizar la producción y mantener todo en orden.
Requisitos de Experiencia	No necesaria
Responsabilidades	Responder de forma eficiente por las actividades encomendadas.

Objetivo Principal

Manipular con diligencia y cuidado la maquinaria para el procesamiento de materia prima y despacho de las mismas.

Funciones Esenciales

- Administrar insumos y materias primas
- Mantener el área de producción limpia.
- Limpiar toda la maquinaria utilizada.
- Vigilar y supervisar que todos los productos se encuentren en buen estado y organizados.
- Garantizar y aplicar normas de higiene.

Elaboración: Henry Barragán



Identificación del Cargo	
Nombre del cargo:	Mercadólogo
Dependencia:	Área de Ventas
Número de Cargos	Uno (1)
Reporta a:	Gerente
Requisitos Mínimos	
Requisitos de Formación	Poseer título académico profesional en Marketing o afines.
Perfil del cargo	Dedicado a la estrategia de mercadeo del servicio.
Requisitos de Experiencia	Dos (2) años.
Responsabilidades	Encargado de desarrollar e implementar todos los planes de acción de marketing de marca y servicio.

Objetivo Principal

Desarrollo y ejecución de estrategias, buscando un balance entre los canales de comercialización pensando en el desarrollo del mercado.

Funciones Esenciales

- Crear y desarrollar un plan de marketing
- Gestionar el branding (marca)
- Analizar al cliente ideal
- Definir la propuesta de valor
- Analizar de la competencia
- Plantear estrategias de servicio

Elaboración: Henry Barragán



Identificación del Cargo	
Nombre del cargo:	Contador
Dependencia:	Área de Finanzas
Número de Cargos	Uno (1)
Reporta a:	Gerente
Requisitos Mínimos	
Requisitos de Formación	Poseer título académico profesional en Contabilidad o afines.
Perfil del cargo	Participar en las actividades profesionales financieras, contables, presupuestarias y de auditoría interna.
Requisitos de Experiencia	Dos (2) años.
Responsabilidades	Coordinar la ejecución de políticas relacionadas con el área contable, asegurando que se cumpla las políticas y normas fiscales vigentes.

Objetivo Principal

Planificar y coordinar todas las funciones del área contable y de impuestos con el fin de obtener la consolidación de los Estados Financieros.

Funciones Esenciales

- Entregar información financiera que permita establecer información estadística que oriente a la retroalimentación de los procesos y la toma de decisiones de manera oportuna.
- Elaborar estados financieros.
- Revisar y comparar gastos mensuales
- Declarar impuestos
- Mantener informado al Gerente sobre la contabilidad de la empresa.
- Elaborar roles de pago y tramitar la documentación referente al IESS.

Elaboración: Henry Barragán

7.4 Estudio Económico de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Hace referencia al conjunto de bienes que integran el patrimonio de la empresa Air Coffee, el cual está integrado por activos fijos, diferidos, capital de trabajo, Presupuestos (Costos de producción, gastos administración, gastos de ventas, gastos financieros, presupuesto de ventas); y análisis de costos.

Inversiones

El presente proyecto “Air Coffee” contempla la inversión en tres tipos de activos: fijos, diferidos y de capital de trabajo.

Activos Fijos

Son aquellos recursos que no están destinados para ser comercializados, sino para ser utilizados y generar ingresos para la empresa Air Coffee. Seguidamente se detallan los activos fijos de la empresa “Air Coffee”:

Maquinaria y Equipo

Tabla 48 - Maquinaria y Equipo de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Descripción	Cant.	Valor Unitario	Valor Total
Maquina envasadora SP-A600	1	6.740,00	6.740,00
Máquina cartonadora y empacadora	1	2.375,00	2.375,00
Total	2		9.115,00

Fuente: SRI, Chinapak

Elaboración: Henry Barragán

Muebles y enseres

Tabla 49 - Muebles y enseres de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Descripción	Cant.	Valor Unitario	Valor Total
Escritorios gerenciales	3	160,00	480,00
Sillas giratorias ejecutivas	5	59,00	295,00
Archivadores	2	100,00	200,00
Mesas de trabajo	2	64,00	128,00
Juego de sala	1	500,00	500,00
Total	13		1.603,00

Fuente: SRI, Mueblería Zapata

Elaboración: Henry Barragán

Equipo de computación

Tabla 50 - Equipo de computación de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Descripción	Cant.	Valor Unitario	Valor Total
Computadora de escritorio – HP	2	475,00	950,00
Laptop – Dell	2	725,00	1.450,00
Impresora multifunción de tinta continua – Epson.	2	185,00	370,00
Total	6		2.770,00

Fuente: SRI, Master Pc

Elaboración: Henry Barragán

Activos diferidos

Representa tanto los costes como los gastos que la empresa “Air Coffee” consumirá en el futuro pero que se pagan de forma anticipada. Es decir, se trata de unos gastos ya pagados, pero aún no utilizados.

Tabla 51 - Activos diferidos de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Rubro	Vida Útil	Valor Total	Amortización
Estudios preliminares	5	500,00	100,00
Constitución de la empresa	5	400,00	80,00
Permiso de funcionamiento	5	450,00	90,00
Instalaciones y adecuaciones (Sistema de emergencia, división de áreas, señalética, cableado de internet y energía.)	5	2.500,00	500,00
Total		3.850,00	770,00

Fuente: SRI, Municipio de Loja

Elaboración: Henry Barragán

Capital de trabajo

Es la cantidad necesaria de recursos para que la empresa “Air Coffee” sea capaz de desenvolverse correctamente en sus funciones y actividades a corto plazo.

Materia prima directa

Tabla 52 - Materia prima directa de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Detalle	Unidad Medida	Valor Unit.	Cant. Mensual	Valor Mensual
Café molido tostado	Libras	1,25	5.918	7.396,88
TOTAL				7.396,88

Fuente: Tabla #36, Bravs Arabig Coffee

Elaboración: Henry Barragán

Materia prima indirecta

Tabla 53 - Materia prima indirecta de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Detalle	Unidad Medida	Valor Unit.	Cant. Mensual	Valor Mensual
Sobres para café	Unidad	0,01	335.820	3.358,20
Cajas de cartón	Unidad	0,08	22.388	1.791,04
Piola de Nylon	7 cm. cada naylo	0,002	335.820	671,64
Cajas de cartón grandes (Cont.24 cajas de café)	Unidad	0,22	933	205,22
TOTAL				6.026,10

Fuente: Tabla #36, Chinapak, Litotec

Elaboración: Henry Barragán

Mano de obra directa

Tabla 54 - Mano de obra directa de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Personal	Cant.	Sueldo	Aporte patronal 11,15%	10mo. tercero	10mo. cuarto	Vacaciones	Aporte IECE 0,5% y SECAP 0,5%	Total, mensual Empresa
Obreros	2	400	44,60	33,33	33,33	16,67	4,00	1.063,87
Total								1.063,87

Fuente: Estudio de organización, IESS, Ministerio de trabajo

Elaboración: Henry Barragán

Mano de obra indirecta

Tabla 55 - Mano de obra indirecta de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Personal	Cant.	Sueldo	Aporte patronal 11,15%	10mo. tercero	10mo. cuarto	Vacaciones	Aporte IECE 0,5% y SECAP 0,5%	Total, mensual Empresa
Jefe de producción	1	520	57,98	43,33	33,33	21,67	5,20	681,51
Total								681,51

Fuente: Estudio de organización, IESS, Ministerio de trabajo

Elaboración: Henry Barragán

Sueldos de Administración

Tabla 56 - Sueldos de administración de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Personal	Cant.	Sueldo	Aporte patronal 11,15%	10mo. tercero	10mo. cuarto	Vacaciones	Aporte IECE 0,5% y SECAP 0,5%	Total, mensual, Empresa
Gerente	1	600	66,90	50,00	33,33	25,00	6,00	781,23
Secretaria	1	520	57,98	43,33	33,33	21,67	5,20	681,51
Contadora	1	520	57,98	43,33	33,33	21,67	5,20	681,51
Total								2.144,26

Fuente: Estudio de organización, IESS, Ministerio de trabajo

Elaboración: Henry Barragán

Sueldo de Ventas

Tabla 57 - Sueldo de ventas de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Personal	Cant.	Sueldo	Aporte patronal 11,15%	10mo. tercero	10mo. cuarto	Vacaciones	Aporte IECE 0,5% y SECAP 0,5%	Total, mensual, Empresa
Vendedor	1	520	57,98	43,33	33,33	21,67	5,20	681,51
Total								681,51

Fuente: Estudio de organización, IESS, Ministerio de trabajo

Elaboración: Henry Barragán

Servicios básicos

Tabla 58 - Servicios básicos de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Descripción	Unidad de medida	Consumo Mensual	Costo Unitario	Valor mensual
Luz eléctrica	kw/h	100 kw/h	0,64	64,00
Agua potable	m3	40 m3	0,50	20,00
Teléfono	Plan mensual	Básico	20,00	20,00
Internet	Plan mensual	Ilimitado	28,00	28,00
Total				132,00

Fuente: Estudio técnico, Empresa eléctrica, Municipio de Loja, Klik Internet.

Elaboración: Henry Barragán

Útiles de oficina

Tabla 59 - Útiles de oficina de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Descripción	Unidad de medida	Cantidad mensual	Cantidad anual	Costo unitario	Costo total mensual	Costo total Anual
Portaminas	Unidad	4	4	1,75	7,00	7,00
Minas 0,5 Faber Castell	Unidad (Tubo de 12 minas)	1	6	1,25	1,25	7,50
Esferos	Caja de 24 unidades	1	2	2,30	2,30	4,60
Tinta de impresora CMYB	Unidad	4	12	6,50	26,00	78,00
Cuaderno de notas	Unidad	6	24	0,90	5,40	21,60
Hojas A4	Resma	1	12	4,50	4,50	54,00
Carpetas de archivo	Unidad	5	10	2,70	13,50	27,00
Perforadora	Unidad	5	5	3,29	16,45	16,45
Grapadora	Unidad	3	3	2,75	8,25	8,25
Grapas	Caja de 1000 grapas	1	4	1,15	1,15	4,60
Clips	Caja 50 unidades	1	6	0,60	0,60	3,60
Total					86,40	232,60

Fuente: Gráfica Santiago

Elaboración: Henry Barragán

Útiles de aseo

Tabla 60 - Útiles de aseo de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Descripción	Unidad de medida	Cantidad mensual	Cantidad anual	Costo unitario	Costo total mensual	Costo total Anual
Desinfectante	Galón	1	12	4,00	4,00	48,00
Alcohol	Galón	1	12	7,50	7,50	90,00
Escoba	Unidad	2	4	2,30	4,60	9,20
Jabón de manos	Pack de 3 unidades	1	6	2,80	2,80	16,80
Recogedor	Unidad	2	2	1,10	2,20	2,20
Papel higiénico	Paca de 12 unidades	1	12	7,45	7,45	89,40
Total					28,55	255,60

Fuente: Almacenes Tía

Elaboración: Henry Barragán

Publicidad

Tabla 61 – Publicidad de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Descripción	Costo unitario mensual	Costo total mensual
Campaña Publicitaria en Facebook (Promoción del fan Pages y del producto de la empresa Air Coffee)	20,00	20,00
Total		20,00

Fuente: Almacenes Tía

Elaboración: Henry Barragán

Arriendo

Tabla 62 - Arriendo

Descripción	Costo Mensual	Costo Total mensual
Local para el funcionamiento de la empresa	650,00	650,00
Total		650,00

Fuente: Sr. Nixon Bravo

Elaboración: Henry Barragán

Cuadro general de Capital de Trabajo de “Air Coffee”

Tabla 63 – Resumen Capital de trabajo de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Descripción	Valor mensual	
Materia Prima directa	7.396,88	
Materia Prima indirecta	6.026,10	
Mano de obra directa	1.063,87	
Mano de obra indirecta	681,51	
Sueldos de administración	2.144,26	
Sueldos de ventas	681,51	
Servicios básicos	132,00	
Útiles de oficina	86,40	
Útiles de aseo	28,55	
Publicidad	20,00	
Arriendo	650,00	
Total		18.911,08

Fuente: Capital de trabajo

Elaboración: Henry Barragán

El capital de trabajo necesario para poder dar inicio a las diferentes actividades de la empresa “Air Coffee” es de USD. 18.911,08 dólares americanos.

Cuadro resumen de la inversión

Tabla 64 – Resumen de la Inversión de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Detalle	Subtotal	Total
Activos Fijos		
Maquinaria y equipo	9.115,00	
Muebles y enseres	1.603,00	
Equipo de computación	2.770,00	
Total, Activos Fijos		13.488,00
Activos Diferidos		
Estudios preliminares	500,00	
Constitución de la empresa	400,00	
Permiso de funcionamiento	450,00	
Instalaciones y adecuaciones	2.500,00	
Total, Activos Diferidos		3.850,00
Capital de trabajo		
Materia prima directa	7.396,88	
Materia prima indirecta	6.026,10	
Mano de obra directa	1.063,87	
Mano de obra indirecta	681,51	
Sueldos de administración	2.144,26	
Sueldos de ventas	681,51	
Servicios básicos	132,00	
Útiles de oficina	86,40	
Útiles de aseo	28,55	
Publicidad	20,00	
Arriendo	650,00	
Total, Capital de trabajo		18.911,08
TOTAL, DE LA INVERSIÓN		36.249,08

Fuente: Inversiones (activos fijos, diferidos y capital de trabajo)

Elaboración: Henry Barragán

Financiamiento

Para efectos del financiamiento, se lo realizará con capital propio puesto por los socios y se recurrirá a una fuente externa para financiar el capital restante que se necesita para empezar a operar “Air Coffee Cía. Ltda.” Como se muestra en el siguiente cuadro:

Tabla 65 – Cuadro de Financiamiento de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Capital	Porcentaje	Total
Capital propio	58,62%	21.249,08
Capital externo	41,38%	15.000,00
TOTAL	100%	36.249,08

Fuente: Tabla #64

Elaboración: Henry Barragán

Como se puede observar en el cuadro de financiamiento el 58,62% del capital será financiado por los socios; mientras que para el financiamiento externo del 41,38% se recurrirá a una fuente externa como es el BanEcuador (2021) en el cual se accederá a uno de los préstamos denominados “Impulso Joven” que está dirigido a jóvenes emprendedores de 18 a 29 años; dentro de los requisitos constan:

- **Requisitos Iniciales:**
 - Presentación de cédula y certificado de votación
 - Planilla de servicio básico
 - RUC (de ser el caso)
- **Requisitos Específicos:**
 - Plan de negocios con flujo de caja proyectada
- **Plazo:** En el plazo que se otorga varía en función de si son para adquisición de Activos fijos hasta 10 años; y para Capital de trabajo hasta 3 años.
- **Período de gracia:** De igual forma depende si es para adquisición de Activos fijos hasta 3 años; y para Capital de trabajo hasta 1 año.
- **Monto y Tasa:** Desde USD. 50 hasta USD. 60.000 dólares americanos, a tasas de interés: Comercio y servicios del 15,30%; para producción al 11,25%
- **Forma de pago:** Se ajusta al flujo de caja del proyecto (mensual, bimestral, trimestral, semestral, anual o al vencimiento).

A continuación, se muestra la tabla de amortización del préstamo en el BanEcuador por un monto de USD 15.000,00 dólares americanos, financiado para 3 años al 11,25% de interés, con pagos mensuales.

Tabla 66 - Tabla de Amortización - BanEcuador

Tipo		PYME	Tasa de interés		11,25%
Destino		Capital de Trabajo	Monto (USD)		15.000,00
Tipo de amortización		Cuota Fija	Plazo (Años)		3
Forma de pago		Mensual	Fecha de inicio		2021-03-01
PERIODO	SALDO INICIAL	INTERESES	CUOTA	AMORTIZACIÓN	SALDO FINAL
0	15.000,00				15.000,00
1	15.000,00	46,88	441,19	394,32	14.605,68
2	14.605,68	45,64	441,19	395,55	14.210,13
3	14.210,13	44,41	441,19	396,79	13.813,34
4	13.813,34	43,17	441,19	398,03	13.415,32
5	13.415,32	41,92	441,19	399,27	13.016,05
6	13.016,05	40,68	441,19	400,52	12.615,53
7	12.615,53	39,42	441,19	401,77	12.213,76
8	12.213,76	38,17	441,19	403,03	11.810,73
9	11.810,73	36,91	441,19	404,29	11.406,45
10	11.406,45	35,65	441,19	405,55	11.000,90
11	11.000,90	34,38	441,19	406,82	10.594,08
12	10.594,08	33,11	441,19	408,09	10.186,00
13	10.186,00	31,83	441,19	409,36	9.776,63
14	9.776,63	30,55	441,19	410,64	9.365,99
15	9.365,99	29,27	441,19	411,92	8.954,07
16	8.954,07	27,98	441,19	413,21	8.540,86
17	8.540,86	26,69	441,19	414,50	8.126,35
18	8.126,35	25,39	441,19	415,80	7.710,55
19	7.710,55	24,10	441,19	417,10	7.293,46
20	7.293,46	22,79	441,19	418,40	6.875,05
21	6.875,05	21,48	441,19	419,71	6.455,34
22	6.455,34	20,17	441,19	421,02	6.034,32
23	6.034,32	18,86	441,19	422,34	5.611,99
24	5.611,99	17,54	441,19	423,66	5.188,33
25	5.188,33	16,21	441,19	424,98	4.763,35
26	4.763,35	14,89	441,19	426,31	4.337,04
27	4.337,04	13,55	441,19	427,64	3.909,40
28	3.909,40	12,22	441,19	428,98	3.480,43
29	3.480,43	10,88	441,19	430,32	3.050,11
30	3.050,11	9,53	441,19	431,66	2.618,45
31	2.618,45	8,18	441,19	433,01	2.185,44
32	2.185,44	6,83	441,19	434,36	1.751,07
33	1.751,07	5,47	441,19	435,72	1.315,35
34	1.315,35	4,11	441,19	437,08	878,27
35	878,27	2,74	441,19	438,45	439,82
36	439,82	1,37	441,19	439,82	0,00
TOTALES		\$ 882,97	\$ 15.882,97	\$ 15.000,00	

Fuente: (BanEcuador, 2021)

Elaboración: Henry Barragán

Depreciaciones

Las depreciaciones constituyen el mecanismo mediante el cual la empresa Air Coffee reconoce contable y financieramente el desgaste y pérdida de valor que sufre la maquinaria y equipo por el uso que se haga de el con el paso del tiempo; las fórmulas a seguir son:

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Valor de adquisición} - \text{valor residual}}{\text{Vida útil en años}}$$

$$\text{Valor residual} = \text{valor actual} * \% \text{depreciación}$$

$$\text{Valor de rescate} = \text{valor histórico} - (\text{depreciación anual} * \#\text{años que exceden de la vida económica del proyecto.})$$

La empresa “Air Coffee” tiene una proyección de vida útil de 5 años, por ende, se realiza una *depreciación acelerada* del 20% para los activos fijos de maquinaria y equipo; y muebles y enseres, como se muestra a continuación:

Cuadro de depreciaciones y valor rescate

Tabla 67 - Cuadro de depreciaciones y valor rescate de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Descripción	Valor Histórico	Vida útil	% de depreciación	Valor Residual	Depreciación Anual	Valor de Rescate
Maquinaria y equipo	9.115,00	5	20%	1.823,00	1.458,40	1.823,00
Muebles y enseres	1.603,00	5	20%	320,60	256,48	320,60
Equipos de computación	2.770,00	3	33,33%	923,24	615,59	923,24
Reinversión Equipos de computación	3.047,00	3	33,33%	1.015,57	677,14	2.369,86

Fuente: Activos fijos “Air Coffee”

Elaboración: Henry Barragán

Presupuestos de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Un presupuesto es la estimación futura de las operaciones y los recursos que serán necesarios para la puesta en marcha de la empresa Air Coffee, este se elabora con el fin de obtener los objetivos económicos y financieros propuestos en un periodo determinado.

Presupuesto de costos de producción

Hace referencia a la cantidad de cajas de café de 15 sobres que debe producir la empresa Air Coffee para satisfacer las ventas planificadas, sumado a esto un margen de utilidad razonable para lograr satisfacer las futuras ventas o ventas no previstas.

Costo Primo

El costo primo se define como todos los costos directos que intervienen en la producción de las cajas de café de 15 sobres, es decir, aquellos costos que se pueden identificar por cada unidad producida. Por tal razón el costo primo de la empresa “Air Coffee” comprende el costo de los materiales directos y el costo de la mano de obra directa.

Presupuesto de materia prima directa (MPD)

Tabla 68 - Presupuesto de MPD de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Detalle	Unidad Medida	Valor Unit.	Cant. Mensual	Valor Mensual	Cant. Anual	Valor Anual
Café molido tostado	Libras	1,25	5.918	7.396,88	71.010	88.762,50
TOTAL						88.762,50

Fuente: Tabla #36, Bravs Arabig Coffee

Elaboración: Henry Barragán

Presupuesto de mano de obra directa (MOD)

Tabla 69 - Presupuesto MOD de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Remuneraciones	
Descripción	Obreros
Sueldo	400,00
10mo. tercero	33,33
10mo. cuarto	33,33
Aporte patronal 11,15%	44,60
Fondos de reserva 8,33%	33,32
Aporte IECE 0,5% y SECAP 0,5%	4,00
Vacaciones	16,67
Total, remuneración	565,25
Cantidad	2
Total, mensual	1.130,51
Total, anual	13.566,08

Fuente: Capital de trabajo, Ministerio de Trabajo, IESS

Elaboración: Henry Barragán

Costos generales de fabricación

Es el conjunto de costes indirectos relacionados con la elaboración de las cajas de café de 15 sobres de la empresa “Air Coffee”; entendiéndose por costes indirectos aquellos que se conocen de forma global, pero que no se pueden imputar por unidad producida.

Presupuesto de materia prima indirecta (MPI)

Tabla 70 - Presupuesto MPI de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Detalle	Unidad Medida	Valor Unit.	Cant. Mensual	Valor Mensual	Cant. Anual	Valor Anual
Sobres para café	Unidad	0,01	335.820	3.358,20	4.029.840	40.298,40
Cajas de cartón	Unidad	0,08	22.388	1.791,04	268.656	21.492,48
Pirola de Nylon	7 cm. cada naylo	0,002	335.820	671,64	4.029.840	8.059,68
Cajas de cartón grandes (Cont.24 cajas de café)	Unidad	0,22	933	205,22	11.194	2.462,68
TOTAL						72.313,24

Fuente: Tabla #36, Chinapak, Litotec

Elaboración: Henry Barragán

Presupuesto de mano de obra indirecta (MOI)

Tabla 71 - Presupuesto MOI de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Remuneraciones	
Descripción	Jefe de Producción
Sueldo	520,00
10mo. tercero	43,33
10mo. cuarto	33,33
Aporte patronal 11,15%	57,98
Fondos de reserva 8,33%	43,316
Aporte IECE 0,5% y SECAP 0,5%	5,20
Vacaciones	21,67
Total, remuneración	724,83
Cantidad	1
Total, mensual	724,83
Total, anual	8.697,95

Fuente: Capital de trabajo, Ministerio de Trabajo, IESS

Elaboración: Henry Barragán

Presupuesto de Arriendo

Tabla 72 - Arriendo de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Local para el funcionamiento de la empresa.	650,00	7.800,00
	Total	7.800,00

Fuente: Sr. Nixon Bravo

Elaboración: Henry Barragán

Presupuesto de servicios básicos

Tabla 73 - Presupuesto de servicios básicos de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Descripción	Unidad de medida	Consumo Mensual	Valor Unitario	Valor mensual	Valor anual
Luz eléctrica	kw/h	100 kw/h	0,64	64,00	768,00
Agua potable	m3	40 m3	0,50	20,00	240,00
Teléfono	Plan mensual	Básico	20,00	20,00	240,00
Internet	Plan mensual	Ilimitado	28,00	28,00	336,00
		Total			1.584,00

Fuente: Capital de trabajo, Municipio de Loja, EERSA, Klik Internet

Elaboración: Henry Barragán

Tabla 74 - Servicios básicos de Producción de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Servicios Básicos	
Producción 80%	Operación 20%
\$1.267,20	\$316,80
Total, Anual \$1.584,00	

Fuente: Tabla#73

Elaboración: Henry Barragán

Presupuesto de útiles de aseo

Tabla 75 - Presupuesto de útiles de aseo de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Descripción	Unidad de medida	Cantidad mensual	Cantidad anual	Costo unitario	Costo total mensual	Costo total Anual
Desinfectante	Galón	1	12	4,00	4,00	48,00
Alcohol	Galón	1	12	7,50	7,50	90,00
Escoba	Unidad	2	4	2,30	4,60	9,20
Jabón de manos	Pack de 3 unidades	1	6	2,80	2,80	16,80
Recogedor	Unidad	2	2	1,10	2,20	2,20
Papel higiénico	Paca de 12 unidades	1	12	7,45	7,45	89,40
Total						255,60

Fuente: Capital de trabajo, Almacenes Tía

Elaboración: Henry Barragán

Depreciación de maquinaria y equipo

Tabla 76 - Depreciación muebles y enseres de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Descripción	Cant.	Vida útil	% de depreciación	Valor Unitario	Valor mensual	Valor residual	Depreciación anual
Maquina envasadora SP-A600	1	5	20%	6.740,00	6.740,00	1.348,00	1.078,40
Máquina cartonadora y empacadora	1	5	20%	2.375,00	2.375,00	475,00	380,00
Total							1.458,40

Fuente: Activos fijos, Chinapak

Elaboración: Henry Barragán

Presupuesto de gastos administrativos

El presupuesto de gastos administrativos es considerado como la parte principal de todo presupuesto, porque en él se destina la mayor parte de lo presupuestado. En este presupuesto se cubren la necesidad inmediata de contar con todo tipo de personal para las distintas unidades, buscando darle operatividad a la empresa “Air Coffee”.

Presupuesto de sueldos y salarios

Tabla 77 - Presupuesto de sueldos y salarios de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Sueldos Administrativos			
Descripción	Gerente	Secretaria	Contadora
Sueldo	600,00	520,00	520,00
10mo. tercero	50,00	43,33	43,33
10mo. cuarto	33,33	33,33	33,33
Aporte patronal 11,15%	66,90	57,98	57,98
Fondos de reserva 8,33%	49,98	43,316	43,316
Aporte IECE 0,5% y SECAP 0,5%	6,00	5,20	5,20
Vacaciones	25,00	21,67	21,67
Total, remuneración	831,21	724,83	724,83
Cantidad	1	1	1
Total, mensual	831,21	724,83	724,83
Total, anual	9.974,56	8.697,95	8.697,95
Sumatoria Total Anual		27.370,46	

Fuente: Capital de trabajo, Ministerio de trabajo, IESS

Elaboración: Henry Barragán

Presupuesto de servicios básicos

Tabla 78 - Servicios básicos de Operación de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Servicios Básicos	
Producción 80%	Operación 20%
\$1.267,20	\$316,80
Total, Anual \$1.584,00	

Fuente: Tabla #73

Elaboración: Henry Barragán

Presupuesto de útiles de oficina

Tabla 79 - Presupuesto Útiles de oficina de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Descripción	Unidad de medida	Cantidad mensual	Cantidad anual	Costo unitario	Costo total mensual	Costo total Anual
Portaminas	Unidad	4	4	1,75	7,00	7,00
Minas 0,5 Faber Castell	Unidad (Tubo de 12 minas)	1	6	1,25	1,25	7,50
Esferos	Caja de 24 unidades	1	2	2,30	2,30	4,60
Tinta de impresora CMYB	Unidad	4	12	6,50	26,00	78,00
Cuaderno de notas	Unidad	6	24	0,90	5,40	21,60
Hojas A4	Resma	1	12	4,50	4,50	54,00
Carpetas de archivo	Unidad	5	10	2,70	13,50	27,00
Perforadora	Unidad	5	5	3,29	16,45	16,45
Grapadora	Unidad	3	3	2,75	8,25	8,25
Grapas	Caja de 1000 grapas	1	4	1,15	1,15	4,60
Clips	Caja 50 unidades	1	6	0,60	0,60	3,60
Total					86,40	232,60

Fuente: Capital de trabajo, Gráficas Santiago

Elaboración: Henry Barragán

Depreciación equipo de computo

Tabla 80 - Depreciación equipo de cómputo de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Descripción	Cant.	Vida útil	% de depreciación	Valor Unitario	Valor mensual	Valor residual	Depreciación anual
Computadora de escritorio - HP	2	3	33,33%	475,00	950,00	316,64	211,12
Laptop - Dell	2	3	33,33%	725,00	1.450,00	483,29	322,24
Impresora multifunción de tinta continua - Epson	2	3	33,33%	185,00	370,00	123,32	82,23
Total							615,59

Fuente: Activos fijos, Master PC

Elaboración: Henry Barragán

Depreciación muebles y enseres

Tabla 81 - Depreciación muebles y enseres de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Descripción	Cant.	Vida útil	% de depreciación	Valor Unitario	Valor mensual	Valor residual	Depreciación anual
Escritorios gerenciales	3	5	20%	160,00	480,00	96,00	76,80
Sillas giratorias ejecutivas	5	5	20%	59,00	295,00	59,00	47,20
Archivadores	2	5	20%	100,00	200,00	40,00	32,00
Mesas de trabajo	2	5	20%	64,00	128,00	25,60	20,48
Juego de sala	1	5	20%	500,00	500,00	100,00	80,00
Total							256,48

Fuente: Activos fijos, Mueblería Zapata

Elaboración: Henry Barragán

Presupuesto de ventas

Es el proceso que se realiza sobre los gastos e ingresos de la empresa Air Coffee, es decir de los pagos y cobros que se van a realizar o contabilizar mientras se desarrolle la vida económica del proyecto.

Presupuesto de sueldos y salarios

Tabla 82 - Presupuesto de sueldos y salarios de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Remuneraciones	
Descripción	Mercadólogo
Sueldo	520,00
10mo. tercero	43,33
10mo. cuarto	33,33
Aporte patronal 11,15%	57,98
Fondos de reserva 8,33%	43,316
Aporte IECE 0,5% y SECAP 0,5%	5,20
Vacaciones	21,67
Total, remuneración	724,83
Cantidad	1
Total, mensual	724,83
Total, anual	8.697,95

Fuente: Capital de trabajo, Ministerio de Trabajo, IESS

Elaboración: Henry Barragán

Presupuesto de publicidad

Tabla 83 - Presupuesto de publicidad de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Descripción	Valor Unitario	Valor mensual	Valor anual
Campaña Publicitaria en Facebook (Promoción del fan Pages y del producto de la empresa Air Coffee)	20,00	20,00	240,00
Total			240,00

Fuente: Capital de trabajo, Facebook

Elaboración: Henry Barragán

Presupuesto de gastos financieros

Contempla aquellos intereses que se originan en la financiación del crédito hecho por la empresa Air Coffee a la institución financiera BanEcuador.

Interés del préstamo

Tabla 84 - Interés del préstamo de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Descripción	Nro. de años	Valor anual 1er año
Interés del préstamo BanEcuador	3	480,32
Total		480,32

Fuente: Capital de trabajo, BanEcuador

Elaboración: Henry Barragán

Otros gastos

Amortización de capital

Tabla 85 - Amortización de capital de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Descripción	Nro. de años	Valor Total	Valor Amortización Anual 1er año
Capital externo	3	15.000,00	4.814,00
Total			4.814,00

Fuente: Tabla #65

Elaboración: Henry Barragán

Amortización de activos diferidos

Tabla 86 - Amortización de activos diferidos de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Rubro	Vida Útil	Valor Total	Valor Amortización Anual
Estudios preliminares	5	500,00	100,00
Constitución de la empresa	5	400,00	80,00
Permiso de funcionamiento	5	450,00	90,00
Instalaciones y adecuaciones	5	2.500,00	500,00
Total			770,00

Fuente: Activos diferidos

Elaboración: Henry Barragán

Presupuesto General de Operaciones de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Se realiza la proyección de los valores para los 5 años con el 1,01% de la tasa de inflación anual del mes de abril de 2020 la más alta del año, ya que la tasa de inflación anual a diciembre de 2020 es de -0,93% según datos obtenidos del Reporte de Inflación del Banco Central del Ecuador (2021). Esta tasa de inflación se usará para la proyección de materia prima directa e indirecta, servicios básicos, útiles de aseo, arriendo, útiles de oficina y publicidad.

Para la proyección de sueldos de mano de obra y salarios se consideró el promedio de incremento de sueldos del año 2017 al 2021 que corresponde al 1,79%.

Las depreciaciones se mantienen en valores iguales; la amortización de capital e interés se obtiene de la tabla de amortización del crédito BanEcuador.

Tabla 87 – Presupuesto General de Operaciones de la empresa Air Coffee Cía. Ltda. Período 2021-2025

Presupuesto General de Operaciones					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COSTOS DE PRODUCCIÓN					
Costo Primo					
Materia Prima Directa	88.762,50	89.659,00	90.564,56	91.479,26	92.403,20
Mano de Obra Directa	13.566,08	13.808,91	14.056,09	14.307,70	14.563,80
TOTAL, COSTO PRIMO	102.328,58	103.467,91	104.620,65	105.786,96	106.967,00
Costos Indirectos de Fabricación					
Materia Prima Indirecta	72.313,24	73.043,60	73.781,34	74.526,54	75.279,25
Mano de Obra Indirecta	8.697,95	8.853,65	9.012,13	9.173,44	9.337,65
Arriendo	7.800,00	7.878,78	7.958,36	8.038,74	8.119,93
Servicios Básicos	1.267,20	1.280,00	1.292,93	1.305,99	1.319,18
Útiles de Aseo	255,60	258,18	260,79	263,42	266,08
Depreciación maquinaria y equipo	1.458,40	1.458,40	1.458,40	1.458,40	1.458,40
TOTAL, COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	91.792,39	92.772,61	93.763,94	94.766,52	95.780,49
TOTAL, COSTOS DE PRODUCCIÓN	194.120,97	196.240,52	198.384,59	200.553,48	202.747,49
COSTOS DE OPERACIÓN					
Gastos Administrativos					
Sueldos y salarios	27.370,46	27.860,40	28.359,10	28.866,72	29.383,44
Servicios Básicos	316,80	320,00	323,23	326,50	329,79
Útiles de oficina	232,60	234,95	237,32	239,72	242,14
Depreciación muebles y enseres	256,48	256,48	256,48	256,48	256,48
Depreciación equipo de computación	615,59	615,59	615,59	677,14	677,14
TOTAL, GASTOS ADMINISTRATIVOS	28.791,93	29.287,41	29.791,72	30.366,56	30.889,00
Gasto de Ventas					
Sueldos y salarios	8.697,95	8.853,65	9.012,13	9.173,44	9.337,65
Publicidad	240,00	242,42	244,87	247,35	249,84
TOTAL, GASTOS DE VENTAS	8.937,95	9.096,07	9.257,00	9.420,79	9.587,49
Gastos Financieros					
Interés del crédito	480,32	296,66	105,99	0,00	0,00
TOTAL, GASTOS FINANCIEROS	480,32	296,66	105,99	0,00	0,00
Otros gastos					
Amortización de activos diferidos	770,00	770,00	770,00	770,00	770,00
TOTAL, OTROS GASTOS	770,00	770,00	770,00	770,00	770,00
TOTAL, COSTOS DE OPERACIÓN	38.980,20	39.450,14	39.924,70	40.557,35	41.246,49
TOTAL, COSTO DE OPERACIONES	233.101,17	235.690,66	238.309,30	241.110,83	243.993,98

Fuente: Presupuestos

Elaboración: Henry Barragán

Tabla 88 - Clasificación de los costos de la empresa Air Coffee Cía. Ltda. Período 2021-2025

PRESUPUESTO GENERAL DE OPERACIONES - CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS										
Detalle	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	Costos Fijos	Costos Variables	Costos Fijos	Costos Variables	Costos Fijos	Costos Variables	Costos Fijos	Costos Variables	Costos Fijos	Costos Variables
COSTOS DE PRODUCCIÓN										
Costo Primo										
Materia Prima Directa		88.762,50		89.659,00		90.564,56		91.479,26		92.403,20
Mano de Obra Directa		13.566,08		13.808,91		14.056,09		14.307,70		14.563,80
TOTAL, COSTO PRIMO	0,00	102.328,58	0,00	103.467,91	0,00	104.620,65	0,00	105.786,96	0,00	106.967,00
Costos Indirectos de Fabricación										
Materia Prima Indirecta		72.313,24		73.043,60		73.781,34		74.526,54		75.279,25
Mano de Obra Indirecta		8.697,95		8.853,65		9.012,13		9.173,44		9.337,65
Arriendo	7.800,00		7.878,78		7.958,36		8.038,74		8.119,93	
Servicios Básicos		1.267,20		1.280,00		1.292,93		1.305,99		1.319,18
Útiles de Aseo	255,60		258,18		260,79		263,42		266,08	
Depreciación maquinaria y equipo	1.458,40		1.458,40		1.458,40		1.458,40		1.458,40	
TOTAL, COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	9.514,00	82.278,39	9.595,36	83.177,25	9.677,54	84.086,40	9.760,56	85.005,96	9.844,41	85.936,08
TOTAL, COSTOS DE PRODUCCIÓN	9.514,00	184.606,97	9.595,36	186.645,16	9.677,54	188.707,05	9.760,56	190.792,92	9.844,41	192.903,08
COSTOS DE OPERACIÓN										
Gastos Administrativos										
Sueldos y salarios	27.370,46		27.860,40		28.359,10		28.866,72		29.383,44	
Servicios Básicos		316,80		320,00		323,23		326,50		329,79
Útiles de oficina	232,60		234,95		237,32		239,72		242,14	
Depreciación muebles y enseres	256,48		256,48		256,48		256,48		256,48	
Depreciación equipo de computación	615,59		615,59		615,59		677,14		677,14	
TOTAL, GASTOS ADMINISTRATIVOS	28.475,13	316,80	28.967,41	320,00	29.468,48	323,23	30.040,07	326,50	30.559,20	329,79
Gasto de Ventas										
Sueldos y salarios	8.697,95		8.853,65		9.012,13		9.173,44		9.337,65	
Publicidad	240,00		242,42		244,87		247,35		249,84	

TOTAL, GASTOS DE VENTAS	8.937,95	0,00	9.096,07	0,00	9.257,00	0,00	9.420,79	0,00	9.587,49	0,00
Gastos Financieros										
Interés del crédito	480,32		296,66		105,99		0,00		0,00	
TOTAL, GASTOS FINANCIEROS	480,32	0,00	296,66	0,00	105,99	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Otros gastos										
Amortización de activos diferidos	770,00		770,00		770,00		770,00		770,00	
TOTAL, OTROS GASTOS	770,00	0,00	770,00	0,00	770,00	0,00	770,00	0,00	770,00	0,00
TOTAL, COSTOS DE OPERACIÓN	38.663,40	316,80	39.130,14	320,00	39.601,47	323,23	40.230,86	326,50	40.916,70	329,79
TOTAL, COSTOS DE PRODUCCIÓN Y OPERACIÓN	\$ 48.177,40	\$ 184.923,77	\$ 48.725,50	\$ 186.965,16	\$ 49.279,02	\$ 189.030,28	\$ 49.991,41	\$ 191.119,42	\$ 50.761,11	\$ 193.232,87
TOTAL, COSTOS DE OPERACIONES	233.101,17		235.690,66		238.309,30		241.110,83		243.993,98	

Fuente: Tabla #86

Elaboración: Henry Barragán

Análisis de los costos de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

El análisis de costos es fundamental para la empresa “Air Coffee”, ya que facilitan la toma de decisiones y permiten entender cuidadosamente el costo incurrido en la entrada y salida de producción.

Costo Unitario de Producción (CUP)

El costo unitario de producción constituye la base para la fijación del precio de venta al público de las cajas de café de 15 sobres, el cual se obtiene dividiendo el costo total de la producción para el número de unidades producidas.

$$CUP = \frac{CT \text{ (costo total)}}{UP \text{ (unidades producidas)}}$$

$$CUP = \frac{233.101,17}{268.656}$$

$$CUP = 0,87$$

Tabla 89 – Costo Unitario de Producción de la empresa Air Coffee Cía. Ltda. Período 2021-2025

Años	Costo Total de producción	Unidades producidas	Costo unitario de producción
1	233.101,17	268.656	0,87
2	235.690,66	268.656	0,88
3	238.309,30	268.656	0,89
4	241.110,83	268.656	0,90
5	243.993,98	268.656	0,91

Fuente: Tabla # 36 y 87

Elaboración: Henry Barragán

Precio de venta al público (PVP)

Para la obtención del precio de venta al público se debe considerar como base el costo unitario de producción de las cajas de café de 15 sobres, sobre el cual se asigna un margen de utilidad.

$$PVP = CUP + Margen\ de\ utilidad$$

$$PVP = 0,87 + 27\%$$

$$PVP = 0,87 + 0,23$$

$$PVP = 1,10$$

Tabla 90 - Precio de Venta al Público de la empresa Air Coffee Cía. Ltda. Período 2021-2025

Años	Costo Unitario de producción	Margen de utilidad	PVP
1	0,87	27%	1,10
2	0,88	25%	1,10
3	0,89	24%	1,10
4	0,90	23%	1,10
5	0,91	21%	1,10

Fuente: Tabla # 89

Elaboración: Henry Barragán

Ventas / Ingresos

La ventas o ingresos se obtienen multiplicando el precio de venta al público (PVP) por el número de unidades producidas (UP).

Tabla 91 – Ventas o Ingresos de la empresa Air Coffee Cía. Ltda. Período 2021-2025

Años	Unidades producidas (cajas de café de 15 sobres)	PVP	Ingreso por ventas
1	268.656	1,10	296.038,49
2	268.656	1,10	294.613,33
3	268.656	1,10	295.503,53
4	268.656	1,10	296.566,32
5	268.656	1,10	295.232,72

Fuente: Tabla # 36 y 90

Elaboración: Henry Barragán

Costo fijo unitario

Este se obtiene dividiendo el costo total de producción fijo para el número de unidades producidas.

Tabla 92 - Costo fijo unitario de la empresa Air Coffee Cía. Ltda. Período 2021-2025

Años	Costo Total de producción Fijo	Unidades producidas (cajas de café de 15 sobres)	Costo fijo unitario de producción
1	48.177,40	268.656	0,18
2	48.725,50	268.656	0,18
3	49.279,02	268.656	0,18
4	49.991,41	268.656	0,19
5	50.761,11	268.656	0,19

Fuente: Tabla # 36 y 88

Elaboración: Henry Barragán

Costo variable unitario

Este se obtiene dividiendo el costo total de producción variable para el número de unidades producidas.

Tabla 93 – Costo variable unitario de la empresa Air Coffee Cía. Ltda. Período 2021-2025

Años	Costo Total de producción variable	Unidades producidas (cajas de café de 15 sobres)	Costo variable unitario de producción
1	184.923,77	268.656	0,69
2	186.965,16	268.656	0,70
3	189.030,28	268.656	0,70
4	191.119,42	268.656	0,71
5	193.232,87	268.656	0,72

Fuente: Tabla # 36 y 88

Elaboración: Henry Barragán

Margen de contribución unitario

El margen de contribución unitario se obtiene restando el precio de venta al público del costo variable unitario.

Tabla 94 - Margen de contribución unitario de la empresa Air Coffee Cía. Ltda. Período 2021-2025

Años	PVP	Costo Variable Unitario	Margen de contribución Unitario
1	1,10	0,69	0,41
2	1,10	0,70	0,40
3	1,10	0,70	0,40
4	1,10	0,71	0,39
5	1,10	0,72	0,38

Fuente: Tabla # 90 y 93

Elaboración: Henry Barragán

Punto de Equilibrio (PE) de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

El punto de equilibrio se define como el nivel de ventas que cubre los costos totales de la empresa Air Coffee.

Tabla 95 - Cuadro resumen del análisis de los costos de la empresa Air Coffee Cía. Ltda. Período 2021-2025

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades producidas	268.656	268.656	268.656	268.656	268.656
Costo Total	233.101,17	235.690,66	238.309,30	241.110,83	243.993,98
Costo unitario	0,87	0,88	0,89	0,90	0,91
PVP	1,10	1,10	1,10	1,10	1,10
Costos fijos	48.177,40	48.725,50	49.279,02	49.991,41	50.761,11
Costos variables	184.923,77	186.965,16	189.030,28	191.119,42	193.232,87
Ventas/Ingresos	296.038,49	294.613,33	295.503,53	296.566,32	295.232,72
Costo fijo unitario	0,18	0,18	0,18	0,19	0,19
Costo variable unitario	0,69	0,70	0,70	0,71	0,72
Margen de contribución	0,41	0,40	0,40	0,39	0,38

Fuente: Análisis de los costos

Elaboración: Henry Barragán

Seguidamente se muestra los PE de la empresa “Air Coffee” en función del análisis de los costos.

Método Aritmético

Tabla 96 - Puntos de equilibrio/Método Aritmético

Fórmulas	Capacidad Instalada	Ingresos / Ventas	Unidades producidas	Datos para Diagrama Gráfico									
	$PE = \frac{CF}{VT - CV} \times 100$	$PE = \frac{CF}{1 - \left(\frac{CV}{VT}\right)}$	$PE = \frac{CF}{PVu - CVu}$										
Año 1	PE = 43,36%	PE = 128.357,12	PE = 116.485	Cajas de café, con 15 sobres en presentación de té c/u.	<table border="1"> <tr><td>0</td><td>100</td></tr> <tr><td>48.177,40</td><td>233.101,17</td></tr> <tr><td>48.177,40</td><td>48.177,40</td></tr> <tr><td>0</td><td>\$ 296.038,49</td></tr> </table>	0	100	48.177,40	233.101,17	48.177,40	48.177,40	0	\$ 296.038,49
0	100												
48.177,40	233.101,17												
48.177,40	48.177,40												
0	\$ 296.038,49												
Año 2	PE = 45,26%	PE = 133.352,78	PE = 121.604	Cajas de café, con 15 sobres en presentación de té c/u.	<table border="1"> <tr><td>0</td><td>100</td></tr> <tr><td>48.725,50</td><td>235.690,66</td></tr> <tr><td>48.725,50</td><td>48.725,50</td></tr> <tr><td>0</td><td>\$ 294.613,33</td></tr> </table>	0	100	48.725,50	235.690,66	48.725,50	48.725,50	0	\$ 294.613,33
0	100												
48.725,50	235.690,66												
48.725,50	48.725,50												
0	\$ 294.613,33												
Año 3	PE = 46,28%	PE = 136.767,91	PE = 124.342	Cajas de café, con 15 sobres en presentación de té c/u.	<table border="1"> <tr><td>0</td><td>100</td></tr> <tr><td>49.279,02</td><td>238.309,30</td></tr> <tr><td>49.279,02</td><td>49.279,02</td></tr> <tr><td>0</td><td>\$ 295.503,53</td></tr> </table>	0	100	49.279,02	238.309,30	49.279,02	49.279,02	0	\$ 295.503,53
0	100												
49.279,02	238.309,30												
49.279,02	49.279,02												
0	\$ 295.503,53												

**Año
4**

PE = 47,41%

PE = 140.599,38

PE = 127.367

Cajas de café, con
15 sobres en
presentación de té
c/u.

0	100
49.991,41	241.110,83
49.991,41	49.991,41
0	\$ 296.566,32

**Año
5**

PE = 49,77%

PE = 146.925,12

PE = 133.699

Cajas de café, con
15 sobres en
presentación de té
c/u.

0	100
50.761,11	243.993,98
50.761,11	50.761,11
0	\$ 295.232,72

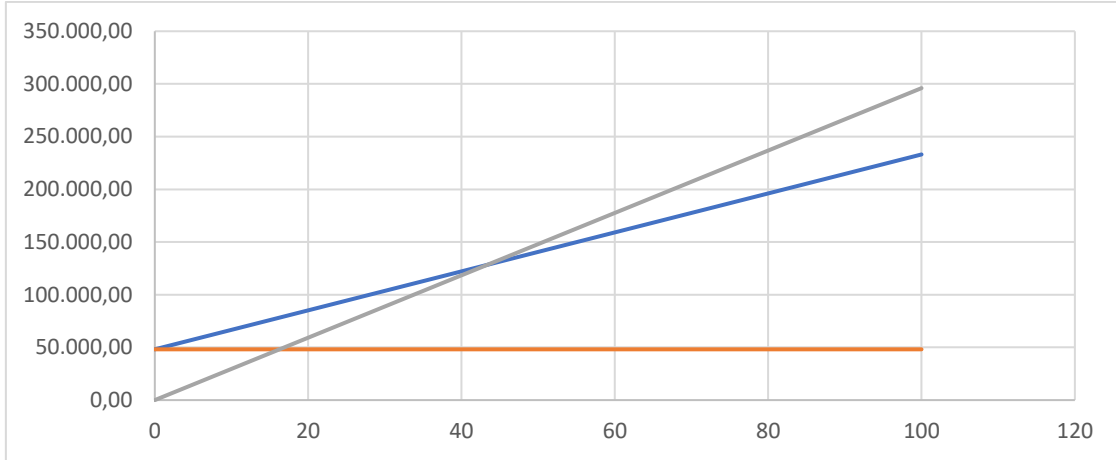
Fuente: Tabla #95

Elaboración: Henry Barragán

Método Gráfico

Punto de Equilibrio (PE) - Año 2021

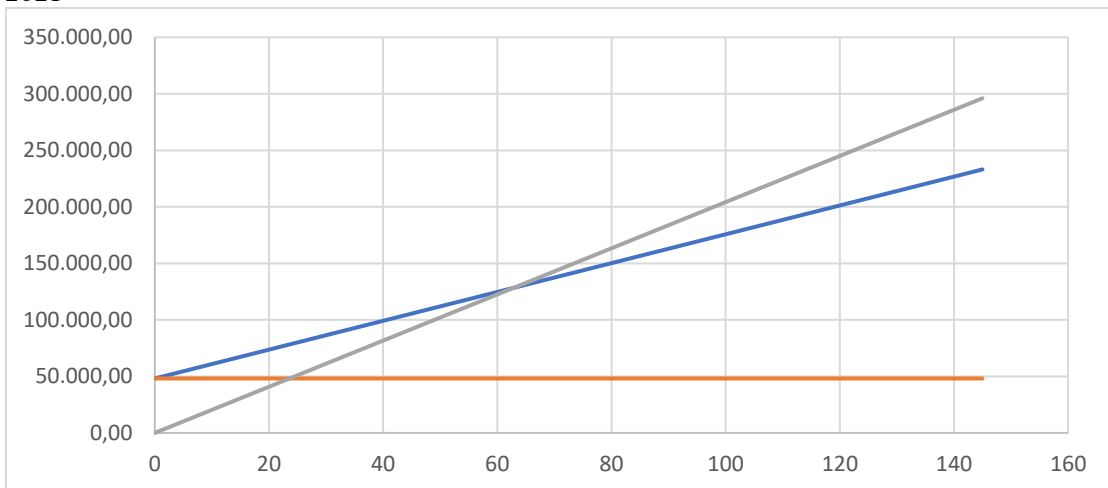
Ilustración 36- PE en función a la Capacidad Instalada y Ventas de la empresa Air Coffee Cía. Ltda. Año 2021



Fuente: Tabla #96

Elaboración: Henry Barragán

Ilustración 37 - PE en función a Unidades Producidas de la empresa Air Coffee Cía. Ltda. Año 2021



Fuente: Tabla #96

Elaboración: Henry Barragán

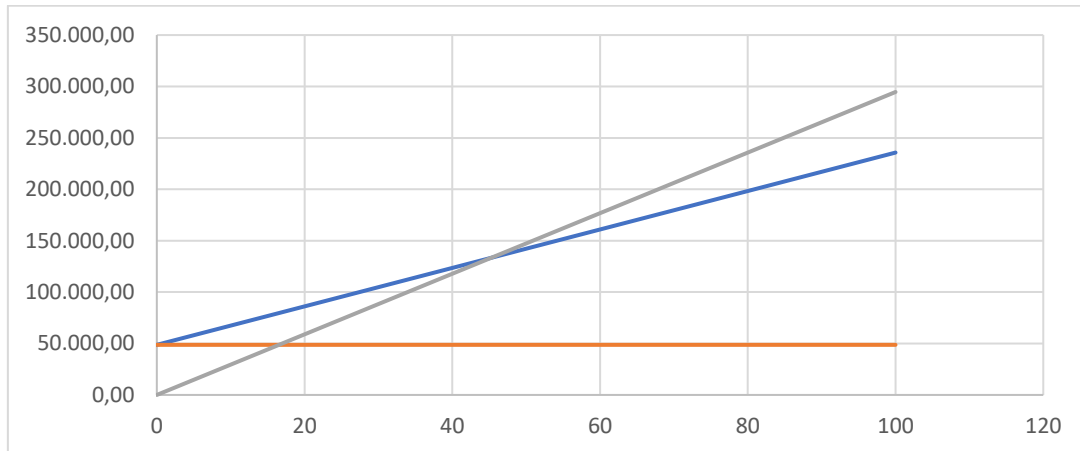
Análisis:

Como se puede observar en las gráficas, el punto de equilibrio se produce cuando se generan ventas por USD. 128.357,12 y se trabaja con una capacidad instalada del 43,36%, lo que en unidades producidas se traduce en 116.485 cajas de café; con esto la empresa ni pierde ni gana, produciéndose el punto de equilibrio o punto muerto.

Por consiguiente, cuando la empresa tenga unos ingresos y una capacidad instalada por debajo de estos parámetros tendrá pérdidas, y cuando sus ingresos y capacidad instalada sean mayores a estos parámetros obtendrá ganancias.

Punto de Equilibrio (PE) - Año 2022

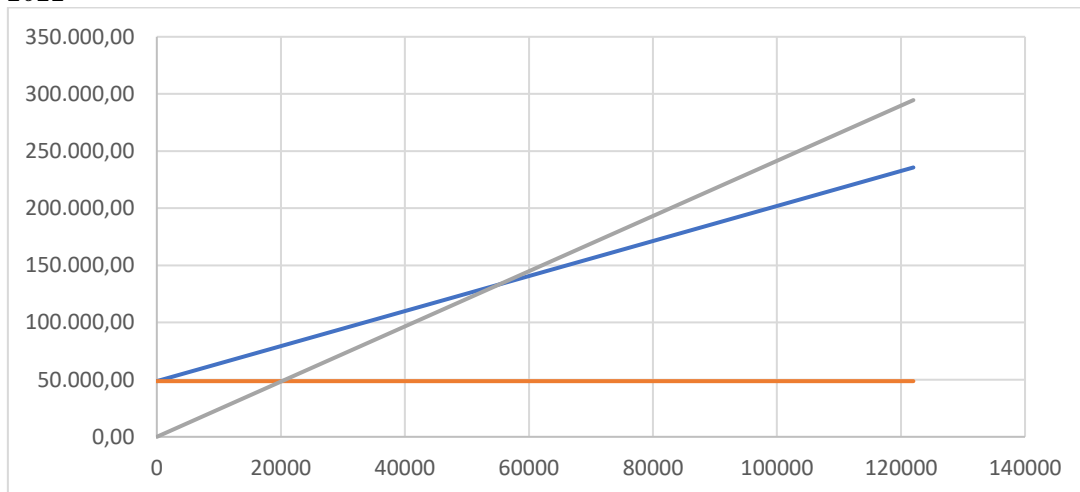
Ilustración 38 - PE / En función a la capacidad instalada y ventas de la empresa Air Coffee Cía. Ltda. Año 2022



Fuente: Tabla #96

Elaboración: Henry Barragán

Ilustración 39 - PE / En función a unidades producidas de la empresa Air Coffee Cía. Ltda. Año 2022



Fuente: Tabla #96

Elaboración: Henry Barragán

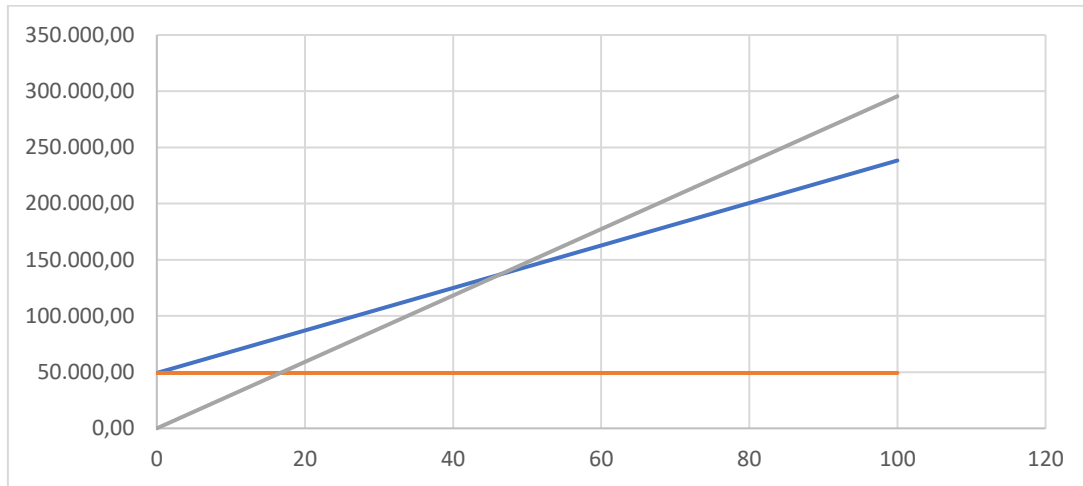
Análisis:

Como se puede observar en las gráficas, el punto de equilibrio se produce cuando se generan ventas por USD. 133.352,78 y se trabaja con una capacidad instalada del 45,26%, lo que en unidades producidas se traduce en 121.604 cajas de café; con esto la empresa ni pierde ni gana, produciéndose el punto de equilibrio o punto muerto.

Por consiguiente, cuando la empresa tenga unos ingresos y una capacidad instalada por debajo de estos parámetros tendrá pérdidas, y cuando sus ingresos y capacidad instalada sean mayores a estos parámetros obtendrá ganancias.

Punto de Equilibrio (PE) - Año 2023

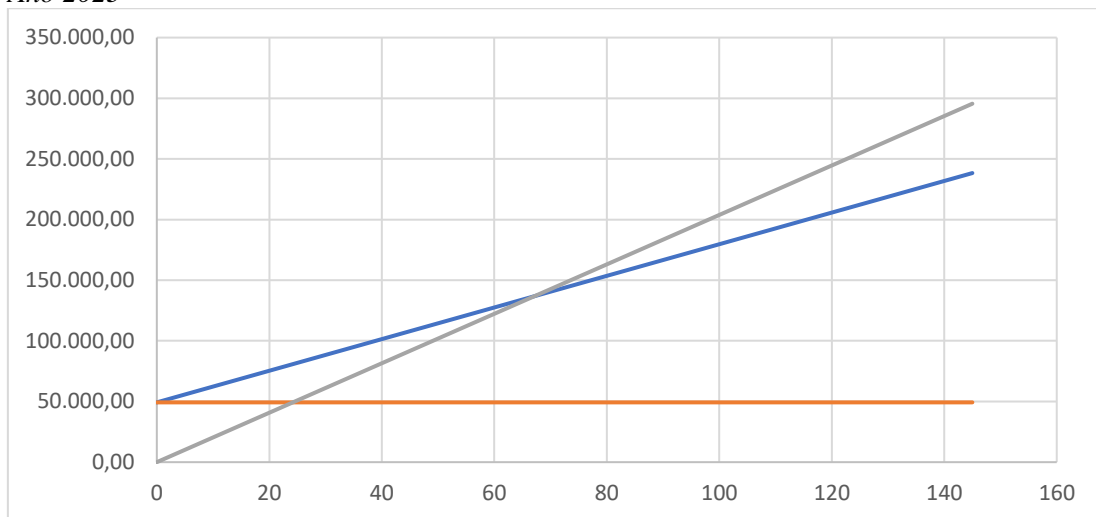
Ilustración 40 – PE / En función a la capacidad instalada y ventas de la empresa Air Coffee Cía. Ltda. Año 2023



Fuente: Tabla #96

Elaboración: Henry Barragán

Ilustración 41 – PE / En función a unidades producidas de la empresa Air Coffee Cía. Ltda. Año 2023



Fuente: Tabla #96

Elaboración: Henry Barragán

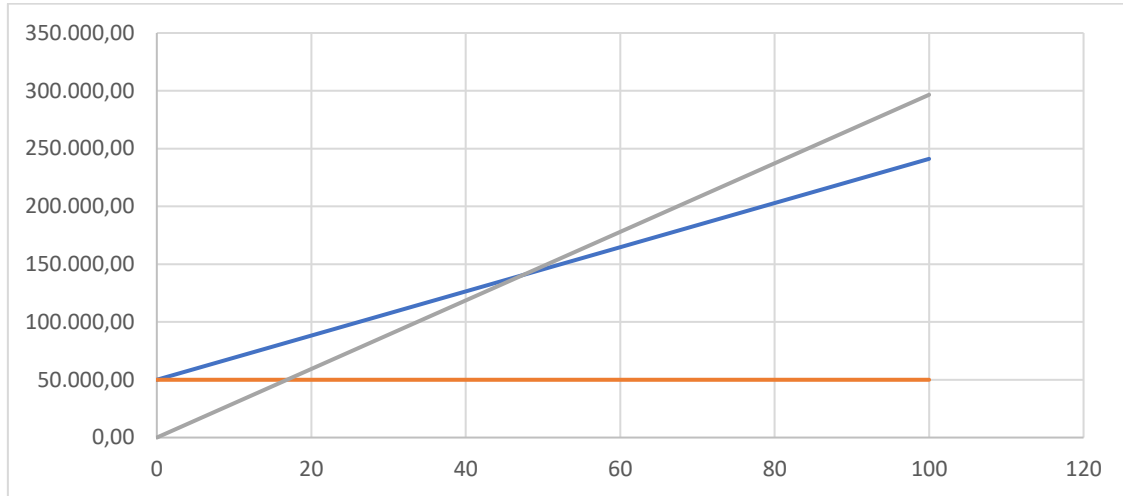
Análisis:

Como se puede observar en las gráficas, el punto de equilibrio se produce cuando se generan ventas por USD. 136.767,91 y se trabaja con una capacidad instalada del 46,28%, lo que en unidades producidas se traduce en 124.342 cajas de café; con esto la empresa ni pierde ni gana, produciéndose el punto de equilibrio o punto muerto.

Por consiguiente, cuando la empresa tenga unos ingresos y una capacidad instalada por debajo de estos parámetros tendrá pérdidas, y cuando sus ingresos y capacidad instalada sean mayores a estos parámetros obtendrá ganancias.

Punto de Equilibrio (PE) - Año 2024

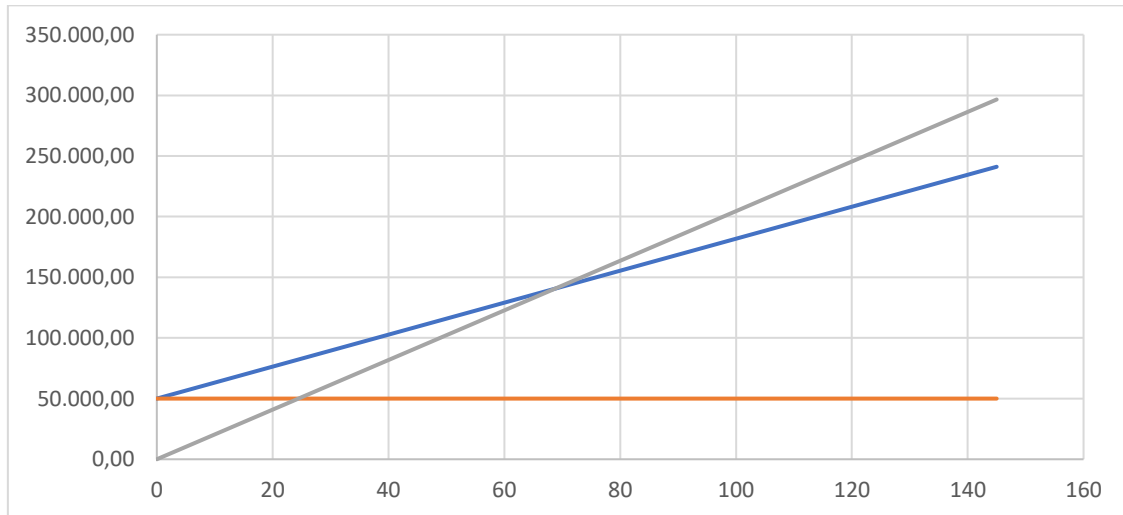
Ilustración 42 - PE /En función a la capacidad instalada y ventas de la empresa Air Coffee Cía. Ltda. Año 2024



Fuente: Tabla #96

Elaboración: Henry Barragán

Ilustración 43 – PE /En función a unidades producidas de la empresa Air Coffee Cía. Ltda. Año 2024



Fuente: Tabla #96

Elaboración: Henry Barragán

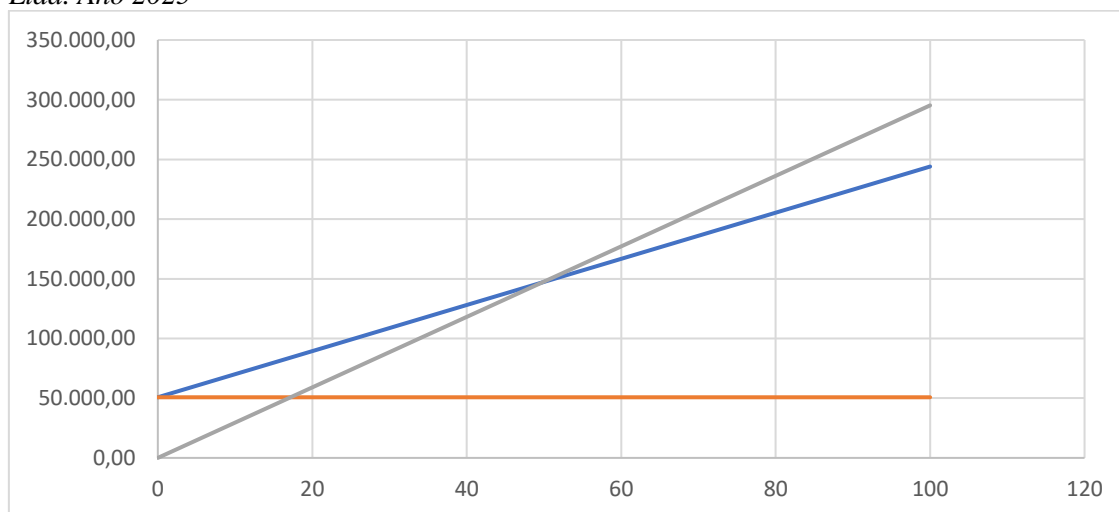
Análisis:

Como se puede observar en las gráficas, el punto de equilibrio se produce cuando se generan ventas por USD. 140.599,38 y se trabaja con una capacidad instalada del 47,41%, lo que en unidades producidas se traduce en 127.367 cajas de café; con esto la empresa ni pierde ni gana, produciéndose el punto de equilibrio o punto muerto.

Por consiguiente, cuando la empresa tenga unos ingresos y una capacidad instalada por debajo de estos parámetros tendrá pérdidas, y cuando sus ingresos y capacidad instalada sean mayores a estos parámetros obtendrá ganancias.

Punto de Equilibrio (PE) - Año 2025

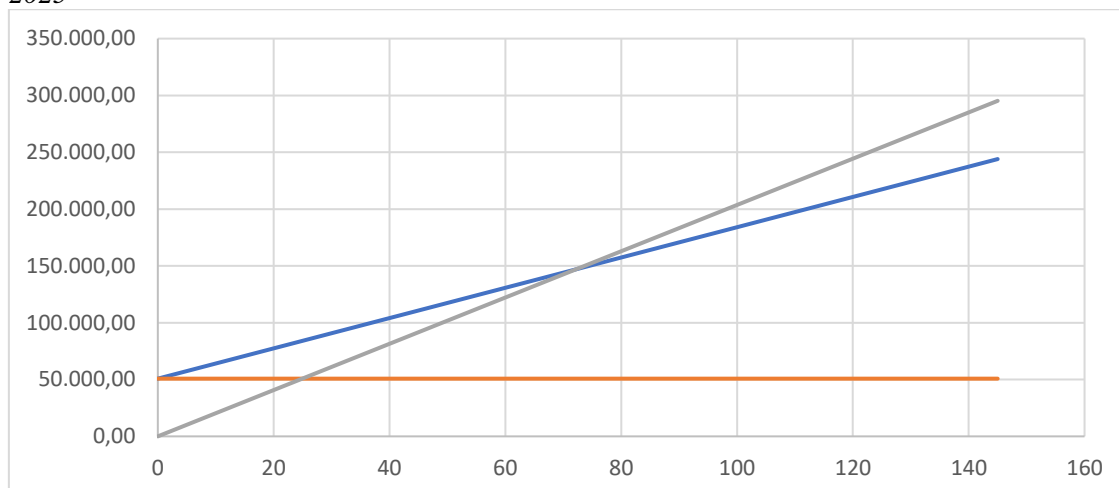
Ilustración 44 – PE /En función a la capacidad instalada y ventas de la empresa Air Coffee Cía. Ltda. Año 2025



Fuente: Tabla #96

Elaboración: Henry Barragán

Ilustración 45 – PE /En función a unidades producidas de la empresa Air Coffee Cía. Ltda. Año 2025



Fuente: Tabla #96

Elaboración: Henry Barragán

Análisis:

Como se puede observar en las gráficas, el punto de equilibrio se produce cuando se generan ventas por USD. 146.925,12 y se trabaja con una capacidad instalada del 49,77%, lo que en unidades producidas se traduce en 133.699 cajas de café; con esto la empresa ni pierde ni gana, produciéndose el punto de equilibrio o punto muerto.

Por consiguiente, cuando la empresa tenga unos ingresos y una capacidad instalada por debajo de estos parámetros tendrá pérdidas, y cuando sus ingresos y capacidad instalada sean mayores a estos parámetros obtendrá ganancias.

7.5 Estudio Financiero de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.

Es el proceso a través del cual se analiza la viabilidad de la empresa Air Coffee. El objetivo es determinar las necesidades de recursos financieros, cuya finalidad es permitirnos ver si el proyecto es viable en términos de rentabilidad económica. Para efectos de la empresa “Air Coffee”, se desarrollarán dos tipos de estados financieros:

1. Estado de resultados o de pérdidas y ganancias; y
2. Flujo de caja o flujo de efectivo

Seguidamente se presenta en forma ordenada cada estado financiero de la empresa “Air Coffee”:

Estado de Resultados o de pérdidas y ganancias

El estado de resultados muestra de manera detallada y minuciosa todos los ingresos, gastos, así como el beneficio o pérdida que se generen en la empresa Air Coffee en un período de tiempo determinado (por ejemplo, un trimestre o un año).

Seguidamente se presenta el estado de resultados de la empresa “*Air Coffee*” denotando que se asignó un 5% para devolución, rebajas y descuentos en todos los años del estado de resultados.

Tabla 97 – Estado de resultados de la empresa Air Coffee Cía. Ltda. Período 2021 – 2025

ESTADO DE RESULTADOS					
CUENTAS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Brutas	296.038,49	294.613,33	295.503,53	296.566,32	295.232,72
- Devolución, rebajas y descuentos (5%)	14.801,92	14.730,67	14.775,18	14.828,32	14.761,64
= Ventas netas	281.236,57	279.882,66	280.728,35	281.738,01	280.471,08
+ Otros ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
= TOTAL, DE INGRESOS	281.236,57	279.882,66	280.728,35	281.738,01	280.471,08
- Costos de producción	194.120,97	196.240,52	198.384,59	200.553,48	202.747,49
= Utilidad Bruta	87.115,59	83.642,14	82.343,76	81.184,53	77.723,59
- Gastos de administración y ventas	37.729,88	38.383,48	39.048,71	39.787,35	40.476,49
= Utilidad de Operación	49.385,71	45.258,66	43.295,04	41.397,17	37.247,10
- Gastos financieros	480,32	296,66	105,99	0,00	0,00
- Otros egresos (amort. Activo-capital)	770,00	770,00	770,00	770,00	770,00
= Utilidad antes de impuestos a trabajadores	48.135,39	44.192,00	42.419,05	40.627,17	36.477,10
- 15% de participación de trabajadores	7.220,31	6.628,80	6.362,86	6.094,08	5.471,56
= Utilidad antes de impuestos	40.915,08	37.563,20	36.056,20	34.533,10	31.005,53
- Provisión de impuesto a la renta 25%	10.228,77	9.390,80	9.014,05	8.633,27	7.751,38
= Utilidad antes de reservas	30.686,31	28.172,40	27.042,15	25.899,82	23.254,15
- 10% de reserva legal	3.068,63	2.817,24	2.704,21	2.589,98	2.325,42
= UTILIDAD NETA	27.617,68	25.355,16	24.337,93	23.309,84	20.928,74

Fuente: Tabla #87

Elaboración: Henry Barragán

Como se puede observar el estado de resultados, en todos los años se obtiene una utilidad positiva, lo que representa un beneficio para los socios del 33,33% que corresponde a USD. 9.205,89 dólares americanos para el 1er. año.

Tabla 98 – Utilidad por socio de la empresa Air Coffee Cía. Ltda. 2021 – 2025

Utilidad por socio (3 integrantes)	9.205,89	8.451,72	8.112,64	7.769,95	6.976,25
% Utilidad por socio	33,33%	33,33%	33,33%	33,33%	33,33%

Fuente: Tabla #97

Elaboración: Henry Barragán

Es importante señalar que cada uno de los socios obtendrá un 33,33% en cuanto a ganancia por su inversión en la empresa; mientras que si hubieran invertido a plazo fijo el mismo dinero en entidades financieras locales solo habrían obtenido un máximo de 10%, lo cual si bien el riesgo es menor representa una importante diferencia del 23,33%.

Flujo de Caja

El flujo de caja nos permite saber cómo la empresa “Air Coffee” ha obtenido y gastado su efectivo, y cuál es su efectivo disponible al final del periodo y así, por ejemplo, saber si puede comprar materia prima u otro aspecto necesario al contado o es necesario solicitar un crédito.

Tabla 99 - Flujo de caja de la empresa Air Coffee Cía. Ltda. Período 2021 - 2025

Flujo de Caja						
Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	AÑO 5
Ingresos						
Ventas/Ingresos totales		296.038,4 9	294.613,3 3	295.503,5 3	296.566,3 2	295.232,7 2
Capital propio	21.249,08					
Capital externo	15.000,00					
Valor residual				615,59		1.714,88
Total, ingresos	36.249,08	296.038,4 9	294.613,3 3	296.119,1 1	296.566,3 2	296.947,6 0
Egresos						
Activo fijo	13.488,00					
Activo diferido	3.850,00					
Activo circulante	18.911,08					
Costo total operación		233.101,1 7	235.690,6 6	238.309,3 0	241.110,8 3	243.993,9 8
15 % participación de trabajadores		7.220,31	6.628,80	6.362,86	6.094,08	5.471,56
25 % impuesta a la renta		10.228,77	9.390,80	9.014,05	8.633,27	7.751,38
Reinversión equipos de cómputo					3.047,00	
Amortización capital		4.814,00	4.997,66	5.188,33	0,00	0,00
Total, egresos	36.249,08	255.364,2 5	256.707,9 2	258.874,5 3	258.885,1 8	257.216,9 3
Flujo de Caja	0,00	40.674,24	37.905,41	37.244,58	37.681,14	39.730,67
Depreciación y amortización del activo diferido		3.100,47	3.100,47	3.100,47	3.162,02	3.162,02
Flujo Neto de Caja		43.774,70	41.005,87	40.345,05	40.843,17	42.892,69

Fuente: Tabla # 87, 91 y 97

Elaboración: Henry Barragán

7.6 Evaluación Financiera de la empresa “Air Coffee” Cía. Ltda.

La evaluación financiera tiene como objetivo de determinar los niveles de rentabilidad. Por ello, esta evaluación previa será la forma de conocer si el proyecto de “Air Coffee”, es o no es rentable.

Seguidamente se muestra cada uno de los análisis como son: TMAR, VAN, PRI, RBC, TIR, y el análisis de sensibilidad (AS) con incremento en precios y disminución en ingresos.

7.6.1 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

La TMAR es la rentabilidad mínima que los inversionistas de la empresa Air Coffee esperan obtener de la inversión, por tanto, indica la tasa mínima de beneficio.

Datos para la obtención de TMAR:

- **Tasa de interés activa promedio de consumo:** 17,30% según Banco Central del Ecuador (2021)
- **Riesgo país:** 1,333% según Banco Central del Ecuador (2021)
- **Inflación anual:** -0,93% según Banco Central del Ecuador (2021)

Tabla 100 – TMAR de la empresa Air Coffee Cía. Ltda. Período 2021 - 2025

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento - TMAR			
	TMAR=	I + F + IF	
	I=		Porcentaje, premio al riesgo = 18,63%
	F=		Tasa de inflación anual = -0,93%
	TMAR=	17,70%	
Financiamiento	% Financ.	TMAR	TMAR GLOBAL
Capital Propio	53,14%	17,70%	9,41%
Capital Externo	46,86%	17,30%	8,11%
		i =	17,51%
Interpretación	La tasa mínima aceptable de rendimiento muestra que, la tasa (i) al ejecutar este proyecto, se recomienda que al menos debe arrojar como retribución económica, una:		
		TMAR = i =	17,51%

Fuente: Tabla #65, BCE

Elaboración: Henry Barragán

7.6.2 Valor Actual Neto (VAN)

El VAN es aquel que permite conocer el estado de los cobros y de los pagos de una inversión hecha por los socios de la empresa Air Coffee.

En ese contexto la regla general para aceptar un proyecto por el VAN es:

- VAN > 0 proyecto aceptado
- VAN = 0 no representa ganancias ni pérdidas
- VAN < 0 proyecto rechazado

Fórmula:

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

Tabla 101 - Valor Actual Neto de la empresa Air Coffee Cía. Ltda. Período 2021 - 2025

VALOR ACTUAL NETO			
Años	Flujo neto de caja	Factor Actualización	VAN
0	36.249,08	TMAR= 17,51%	
1	43.774,70	0,850961413	37.250,58
2	41.005,87	0,724135326	29.693,80
3	40.345,05	0,61621122	24.861,07
4	40.843,17	0,52437197	21.417,01
5	42.892,69	0,446220312	19.139,59
Total, Valor Actualizado			132.362,06
(-) Inversión			36.249,08
VAN			96.112,97

Fuente: Tabla #65, 99 y 100

Elaboración: Henry Barragán

Para actualizar los flujos se toma la TMAR obtenida (Tasa mínima aceptable de rendimiento) que es de 17,51% en este caso; del cual se obtiene un VAN positivo de USD. 96.112,97; por tanto, acorde a los criterios de evaluación descritos anteriormente la ejecución del proyecto es recomendable.

7.6.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno es la tasa de interés o rentabilidad que generará el proyecto Air Coffee, es decir el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá esta y funciona como una herramienta complementaria del valor Presente Neto.

Los criterios de aceptación del TIR son:

- TIR > a la tasa mínima de rendimiento exigida, se acepta el proyecto
- TIR = a la tasa mínima de rendimiento exigida, es indiferente llevar a cabo el proyecto.
- TIR < a la tasa mínima de rendimiento exigida, debe rechazarse el proyecto.

Tabla 102 – Tasa Interna de Retorno de la empresa Air Coffee Cía. Ltda. Período 2021 – 2025

TASA INTERNA DE RETORNO					
Años	Factor			Factor	
	Flujo de Caja	Actualización Tasa Menor	Valor Actualizado	Actualización Tasa Mayor	Valor Actualizado
0	36.249,08	114%		115%	
1	\$ 43.774,70	0,46728972	\$ 20.455,4690	0,46511628	\$ 20.360,3273
2	\$ 41.005,87	0,21835968	\$ 8.954,0293	0,21633315	\$ 8.870,9297
3	\$ 40.345,05	0,10203723	\$ 4.116,6970	0,10062007	\$ 4.059,5214
4	\$ 40.843,17	0,04768095	\$ 1.947,4409	0,04680003	\$ 1.911,4615
5	\$ 42.892,69	0,02228082	\$ 955,6843	0,02176746	\$ 933,6648
		Total	\$ 36.429,3204		\$ 36.135,9047
		(Inversión)	\$ 36.249,08		\$ 36.249,08
		Valor Actual Neto	\$ 180,24		\$ -113,18

Fuente: Tabla #65, 99

Elaboración: Henry Barragán

$$TIR = Tasa\ menor + diferencia\ tasas \left(\frac{VAN\ Menor}{VAN\ Menor - VAN\ Mayor} \right)$$

$$TIR = 114 + 1 \left(\frac{180,24}{180,24 - (-113,18)} \right)$$

$$TIR = 114 + 0,61$$

$$TIR = 114,61\%$$

Análisis:

La tasa interna de retorno obtenida para este proyecto es de 114,61%; lo que significa que es mayor a la tasa mínima aceptable de rendimiento que es de 17,51%; en consecuencia, de acuerdo a los criterios de aceptación del TIR descritos anteriormente el proyecto es viable.

7.6.4 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

El periodo de recuperación de la inversión representa el espacio temporal que es necesario para que la empresa Air Coffee recupere la inversión, atendiendo al momento en el que los flujos de caja se producen.

Tabla 103-Periodo de recuperación de inversión de la empresa Air Coffee Cía. Ltda. Período 2021 – 2025

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN			
Años	Flujo Netos	Factor Actualización	Flujos netos actualizados
0	36.249,08	TMAR= 17,51%	
1	43.774,70	0,850961413	37.250,58
2	41.005,87	0,724135326	29.693,80
3	40.345,05	0,61621122	24.861,07
4	40.843,17	0,52437197	21.417,01
5	42.892,69	0,446220312	19.139,59
TOTAL, VALOR ACTUALIZADO			132.362,06

Fuente: Tabla #65, 99 y 100

Elaboración: Henry Barragán

$$PRI = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \Sigma \text{ de primeros flujos}}{\text{Flujo neto del año que supera la inversión}}$$

$$PRI = 1 + \frac{36.249,08 - 37.250,58}{37.250,58}$$

$$PRI = 1 + (-0,03)$$

$$PRI = 0,97$$

Tabla 104 – PRI de la empresa Air Coffee Cía. Ltda. Período 2021 - 2025

Año	0	1	0
Meses	0,97	12	11,64
Días	0,64	30	19
11 meses y 19 días			

Fuente: Tabla #102

Elaboración: Henry Barragán

Análisis:

Como se puede observar en el cuadro anterior, la inversión se recuperará en 11 meses y 19 días.

7.6.5 Relación Beneficio / Costo (RBC)

El análisis costo-beneficio es una herramienta financiera que mide la relación que existe entre los costos y beneficios asociados a la empresa Air Coffee, con el fin de conocer su rentabilidad.

Los criterios de aceptación de la RBC son:

- Si la razón beneficio costo es mayor que 1, entonces se acepte el proyecto;
- Si es menor que 1 el proyecto no es rentable; y
- Si es igual a 1 el proyecto es indiferente.

Tabla 105-Relación Beneficio / Costo de la empresa Air Coffee Cía. Ltda. Período 2021 – 2025

RELACIÓN COSTO BENEFICIO

Años	Ingresos Originales	Egresos Originales	Factor Actualización	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
			Tasa: 17,51%		
1	296.038,49	233.101,17	0,850961413	251.917,33	198.360,10
2	294.613,33	235.690,66	0,724135326	213.339,92	170.671,94
3	295.503,53	238.309,30	0,61621122	182.092,59	146.848,86
4	296.566,32	241.110,83	0,52437197	155.511,07	126.431,76
5	295.232,72	243.993,98	0,446220312	131.738,83	108.875,07
TOTAL				934.599,74	751.187,73

Fuente: Tabla # 87, 91 y 100

Elaboración: Henry Barragán

$$RBC = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$RBC = \frac{934.599,74}{751.187,73}$$

$$RBC = 1,24$$

Análisis: se tiene una relación beneficio – costo de 1,24; lo que se traduce en que según los criterios de aceptación RBC es mayor que uno por tanto el proyecto es viable. Esto se traduce en que por cada dólar invertido se obtendrá 0,24 centavos de dólar de utilidad.

7.6.6 Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad conocido también como análisis de simulación o «qué pasa si», es la técnica que determina cómo diferentes valores de una variable independiente impactan en una variable dependiente bajo un conjunto de supuestos.

Los criterios de decisión del análisis de sensibilidad son:

- Si el coeficiente es > 1 el proyecto es sensible, es decir los cambios reducen o anulan la rentabilidad;
- Si el coeficiente es < 1 el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad del proyecto; y
- Si el coeficiente es $= 1$ no hay efectos sobre el proyecto

Por ende, siendo los costos e ingresos las variaciones más sensibles ante un incremento o disminución, se procede a la realización del análisis de sensibilidad con incremento en los costos y disminución en los ingresos de la empresa Air Coffee:

Tabla 106 – Análisis de Sensibilidad con Incremento en los costos de la empresa Air Coffee Cía. Ltda. Período 2021 – 2025

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD INCREMENTO 15,70%								
Años	Costo Operación Original	Incremento Costo	Ingreso Original	Flujo Neto	Factor Actualización Menor	Valor Actualizado	Factor Actualización Mayor	Valor Actualizado
0		15,70%			54%		55%	
1	\$ 233.101,17	\$269.698,06	\$296.038,49	\$ 26.340,43	0,649351	\$ 17.104,17708	0,645161	\$ 16.993,82755
2	\$ 235.690,66	\$272.694,10	\$294.613,33	\$ 21.919,23	0,421656	\$ 9.242,38138	0,416233	\$ 9.123,50955
3	\$ 238.309,30	\$275.723,85	\$295.503,53	\$ 19.779,67	0,273803	\$ 5.415,72885	0,268537	\$ 5.311,58310
4	\$ 241.110,83	\$278.965,23	\$296.566,32	\$ 17.601,09	0,177794	\$ 3.129,36842	0,173250	\$ 3.049,38870
5	\$ 243.993,98	\$282.301,03	\$295.232,72	\$ 12.931,68	0,115451	\$ 1.492,97101	0,111774	\$ 1.445,42809
Total						\$ 36.384,62675		\$ 35.923,73699
(Inversión)							36.249,08	36.249,08
VAN						\$ 135,54509		\$ -325,34468

Fuente: Tabla # 65, 87 y 91

Elaboración: Henry Barragán

$$1 \quad \text{NUEVA TIR} = \text{Tasa menor} + \text{diferencia tasas} \left(\frac{\text{VAN Menor}}{\text{VAN Menor} - \text{VAN Mayor}} \right)$$

$$\text{TIR} = 54 + 1 \left(\frac{135,55}{135,55 - (-325,34)} \right)$$

$$\text{TIR} = 54 + 0,29$$

$$\text{TIR} = 54,29\%$$

$$3 \quad \% \text{ Variación} = \left(\frac{\text{Diferencia TIR}}{\text{TIR proyecto}} \right) * 100$$

$$\% \text{ Variación} = \left(\frac{60,32}{114,61} \right) * 100$$

$$\% \text{ Variación} = 52,63\%$$

$$2 \quad \text{Diferencia de tasas} = \text{TIR proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

$$\text{Diferencia de tasas} = 114,61 - 54,29$$

$$\text{Diferencia de tasas} = 60,32\%$$

$$4 \quad \text{Sensibilidad} = \left(\frac{\% \text{ Variación}}{\text{Nueva TIR}} \right)$$

$$\text{Sensibilidad} = \left(\frac{52,63}{54,29} \right)$$

$$\text{Sensibilidad} = 0,9693$$

Análisis: el proyecto no es sensible ante un incremento en los costos del 15,70%; es decir, si el precio de los costos incrementa hasta el porcentaje indicado, no afecta la rentabilidad del proyecto.

Tabla 107 - Análisis de sensibilidad con Disminución en los ingresos de la empresa Air Coffee Cía. Ltda. Período 2021 - 2025

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DISMINUCIÓN 7,50%								
Años	Costo Operación Original	Ingreso Original	Disminución Ingresos	Flujo Neto	Factor Actualización Menor	Valor Actualizado	Factor Actualización Mayor	Valor Actualizado
0			7,50%		54%		55%	
1	\$ 233.101,17	\$296.038,49	\$ 273.835,60	\$22.202,89	0,649351	\$14.417,45900	0,645161	\$14.324,44313
2	\$ 235.690,66	\$294.613,33	\$ 272.517,33	\$22.096,00	0,421656	\$ 9.316,91672	0,416233	\$ 9.197,08624
3	\$ 238.309,30	\$295.503,53	\$ 273.340,76	\$22.162,76	0,273803	\$ 6.068,22631	0,268537	\$ 5.951,53288
4	\$ 241.110,83	\$296.566,32	\$ 274.323,85	\$22.242,47	0,177794	\$ 3.954,57859	0,173250	\$ 3.853,50832
5	\$ 243.993,98	\$295.232,72	\$ 273.090,26	\$22.142,45	0,115451	\$ 2.556,36075	0,111774	\$ 2.474,95469
Total						\$36.313,54135		\$35.801,52526
(Inversión)							36.249,08	36.249,08
VAN						\$ 64,45969		\$ -447,55640

Fuente: Tabla # 65, 87 y 91

Elaboración: Henry Barragán

$$1 \quad \text{NUEVA TIR} = \text{Tasa menor} + \text{diferencia tasas} \left(\frac{\text{VAN Menor}}{\text{VAN Menor} - \text{VAN Mayor}} \right)$$

$$\text{TIR} = 54 + 1 \left(\frac{64,46}{64,46 - (-447,56)} \right)$$

$$\text{TIR} = 54 + 0,13$$

$$\text{TIR} = 54,13\%$$

$$3 \quad \% \text{Variación} = \left(\frac{\text{Diferencia TIR}}{\text{TIR proyecto}} \right) * 100$$

$$\% \text{Variación} = \left(\frac{60,49}{114,61} \right) * 100$$

$$\% \text{Variación} = 52,78\%$$

$$2 \quad \text{Diferencia de tasas} = \text{TIR proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

$$\text{Diferencia de tasas} = 114,61 - 54,13$$

$$\text{Diferencia de tasas} = 60,49\%$$

$$4 \quad \text{Sensibilidad} = \left(\frac{\% \text{Variación}}{\text{Nueva TIR}} \right)$$

$$\text{Sensibilidad} = \left(\frac{52,78}{54,13} \right)$$

$$\text{Sensibilidad} = 0,9751$$

Análisis: el proyecto no es sensible ante una disminución en los ingresos del 7,50%; es decir, si los ingresos disminuyen hasta este porcentaje no afecta la rentabilidad del proyecto.

8. Conclusiones

Culminado el presente trabajo de investigación y tomando como base los resultados obtenidos en la misma se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- ✓ Finalizado el estudio de mercado se logró determinar una demanda potencial y real de una demanda potencial y real de 13.145.454 cajas de café; un consumo per cápita anual de 228 cajas de café; una demanda efectiva de 9.295.151 cajas de café. Una oferta de 579.985 cajas de café, resultando una demanda insatisfecha de 8.715.166 cajas de café.
- ✓ Con respecto al estudio técnico y en base a los resultados obtenidos en el estudio de mercado, se determinó una capacidad instalada de 1.127.120 cajas de café laborando 24H; una capacidad utilizada de 268.656 cajas de café laborando 8H con un 100% de la capacidad para los 5 años de vida del proyecto. Así mismo se logró determinar que el lugar óptimo para la empresa Air Coffee es en la región sur, zona 7, provincia de Loja, ciudad de Loja; siendo esta la mejor ubicación para la producción.
- ✓ En el estudio organizacional la empresa se constituirá legalmente como compañía de Responsabilidad Limitada “Air Coffee Cía. Ltda.”; así mismo se estableció la filosofía institucional, organigramas y manuales de funciones para los diferentes puestos de la empresa.
- ✓ En el estudio financiero, la inversión requerida para la puesta en marcha del proyecto es de USD.36.249,08 dólares americanos, mismo que será financiada de la siguiente forma: capital propio de los socios de USD.21.249,08 correspondiente

al 58,62%; y el restante mediante un crédito al BanEcuador por USD.15.000,00 correspondiente al 41,38%, con plazo de 3 años y una tasa de interés del 11,25%.

- ✓ En lo correspondiente a la evaluación financiera, se revela que el proyecto es viable para su ejecución, ya que se obtienen valores positivos en los próximos cinco años de la vida del proyecto; obteniendo un VAN positivo de USD.96.112,97; una TIR de 114,61%; en relación al período de recuperación de la inversión será 11 meses y 19 días; y la relación beneficio/costo se obtiene una rentabilidad de 0.24 centavos de dólar.

- ✓ Finalmente, en lo concerniente al análisis de sensibilidad se obtiene que el proyecto puede soportar hasta un incremento en sus costos del 15,70%; y en cuanto a la disminución de los ingresos puede soportar hasta un 7,50%.

9. Recomendaciones

Al finalizar el presente trabajo de investigación es importante recomendar:

- ✓ La puesta en marcha del proyecto de inversión “Air Coffee” ya que permitirá satisfacer la demanda del mercado, obtener rentabilidad y generar nuevas plazas de empleo.
- ✓ Realizar constantemente investigaciones de mercado para satisfacer adecuadamente los gustos y preferencias de los clientes.
- ✓ Priorizar la presentación y calidad del producto para generar confianza y seguridad en los consumidores.
- ✓ Organizar eficientemente y en su debido tiempo actividades promocionales para dar a conocer el producto.
- ✓ Desarrollar campañas de marketing e implementar canales de venta online mediante el uso de redes sociales.
- ✓ Establecer controles y realizar ajustes periódicos a nivel general de la empresa para lograr adaptarse a cualquier cambio del entorno.
- ✓ Evaluar la posibilidad de ampliar el proyecto a nivel nacional, considerando costos, precios, demanda y oferta.

10. Bibliografía

- Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria. (2016). *Control Sanitario*. Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/riesgos-alimentos-procesados/etiqueta-alimentos-724x1024/>
- Aiteco Consultores. (2019). *aiteco*. Obtenido de <https://www.aiteco.com/manual-de-funciones/>
- Alvarado, S. M., & Rojas, C. G. (2007). *El cultivo y beneficiado del café* (Vol. Segunda Reimpresión). Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=15qrSG-5114C&oi=fnd&pg=PA3&dq=el+caf%C3%A9&ots=OgU9n8Va8H&sig=l0rWz9AEjwjdOUGSJqnrChUKvE#v=onepage&q=el%20caf%C3%A9&f=false>
- Arechúa Caicedo, A. M., & Elizabeth, M. C. (2016). *Creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de café orgánico en saquitos filtrantes en la Ciudad de Guayaquil*. Universidad de Guayaquil, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/11200/1/CREACI%c3%93N%20DE%20UNA%20MICROEMPRESA%20DEDICADA%20A%20LA%20PRODUCI%c3%93N%20Y%20COMERCIALIZACI%c3%93N%20DE%20CAF%c3%89%20ORG%c3%81NICO.pdf>
- Arias, E. R. (2019). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/analisis-de-sensibilidad.html>
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de proyectos* (Sexta edición ed.). México: McGrawHill.
- Banco Central del Ecuador. (04 de Marzo de 2021). Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/informacioneconomica>
- Banco Central del Ecuador. (2021). *Ecuador: Reporte de Inflación*. Quito: BCE. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf202012.pdf>

- Banco Central del Ecuador. (Marzo de 2021). *Tasas de Interés*. Quito. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- BanEcuador. (2021). Obtenido de <https://www.banecuador.fin.ec/credito-impulso-joven/>
- Cabrera Álvarez, P. F., & Marín Sarmiento, Á. W. (2013). *Análisis y estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de café en sobres de infusión con bajo nivel de cafeína 2012 - 2018*. Cuenca. Obtenido de <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/4380/1/TESIS.pdf>
- Chinapak. (2021). *China Packing & Filling Machine*. Obtenido de <http://www.chinapak.es/>
- Córdova Padilla, M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Corvo, H. S. (s.f.). *Lifeder*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/analisis-oferta/#:~:text=El%20an%C3%A1lisis%20de%20la%20oferta,pretenden%20vender%20en%20el%20mercado.&text=El%20an%C3%A1lisis%20de%20la%20oferta%20permite%20evaluar%20fortalezas%20y%20debilidades,para%20mejorar%20la%20ventaja%20co>
- Figuerola Hernández. (2015). *La producción y el consumo del café*. España: ECORFAN. Obtenido de <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/64936>
- FórumCafé Ecuador. (2019). El café en Ecuador. *Fórum Cultural del Café*, 6-9. Obtenido de <https://static1.squarespace.com/static/5c88fb9ab2cf792069ddcb46/t/5e5e2c5ad10fed5651c4257a/1583230125755/CAFE+ECUADOR.pdf>
- García Colin, J. (2008). *Contabilidad de Costos* (Vol. Tercera Edición). México: McGrawHill.
- García, J. (2015). *Planeación Estratégica*. Honduras. Obtenido de <http://www.ccichonduras.org/website/Descargas/presentaciones/2015/04-Abril/PLANIFICACION ESTRATEGICA.pdf>

- García, J., Bernal, A., & López, J. (2013). Metodología de investigación en educación médica. *Scielo*, 217-224. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/iem/v2n8/v2n8a7.pdf>
- García, S. (1994). *Introducción a la economía de la empresa*. Madrid, España: Diaz de Santps. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=Lo10xtQ3D0kC&pg=PA202&dq=filosofia+empresarial&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwi1vsvljLjtAhVjvIkKHTfNBQoQ6AEwAHOECAEQAg#v=onepage&q=filosofia%20empresarial&f=false>
- Gavilanes Sánchez José Omar. (31 de Mayo de 2016). *nivelesdelaempresa*. Obtenido de <http://nivelesdelaempresa1.blogspot.com/>
- INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de ecuadorencifras: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/resultados/>
- Jiménez Torres Adriana & Massa Sánchez Priscilla, J. (Julio - Diciembre de 2015). Producción de Café y variables climáticas: El caso Espíndola, Ecuador. *Economía*, XL(40), 117-137. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1956/195648804006.pdf>
- López, P. (2004). Población muestra y muestreo. *Scielo*, 69-74. Obtenido de <http://www.scielo.org.bo/pdf/rpc/v09n08/v09n08a12.pdf>
- LORTI, L. O. (29 de Abril de 2016). *SRI*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/BibliotecaPortlet/descargar/70575a5b-9c26-4ef4-9cd6-97e2de3285ce/160429+LORTI.pdf>
- Louffat, E. (04 de Marzo de 2017). *esan.edu.pe*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2017/03/04/que-se-entiende-por-diseno-organizacional/>
- Martín Gotteland & Saturnino de Pablo. (Junio de 2007). Algunas verdades sobre el café. *Revista Chilena de Nutrición*. Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0717-75182007000200002&script=sci_arttext&tlng=en

- McAteer, E. (2005). *La Participación Potencial en la Producción de Café Orgánico Vía la Alianza de Agricultores Orgánicos*. Loja.
- Merino Jiménez, R. M. (2017). *Proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa procesadora de café de altura en la parroquia Vilcabamba y su comercialización en la ciudad de Loja*. Universidad Nacional de Loja, Loja.
Obtenido de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/18476/1/Tesis%20Lista%20Rovinson.pdf>
- Ministerio de Turismo. (22 de Septiembre de 2018). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/loja-un-destino-cafetalero-por-excelencia/>
- Monteros Guerrero, A. (2016). *Rendimiento de Café Grano Seco en el Ecuador 2016*. Quito, Ecuador. Obtenido de <https://docplayer.es/29340888-Rendimientos-de-cafe-grano-seco-en-el-ecuador-2016.html>
- Mora, J., Eugenio, J., Vega, S., Torcedillas, F., & Zamorano-Armenta, D. d. (2008). ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA. *Ra Ximhai*, 295-300.
Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/461/46140215.pdf>
- Morales, A., & Morales, J. (2009). *Proyectos de inversión: Evaluación y formulación* (Primera edición ed.). Mexico: McGrawHill.
- Núñez Scarpellini, J. Á. (2008). *Depreciación de bienes-Nuevo conceptp "Método de Jans"*. San José Costa Rica. Obtenido de http://files.eltasadorpampeano.webnode.com/200000535-9403f95f90/NORMA_METODO_JANZ.pdf
- Orellana, P. (s.f.). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/valores-de-una-empresa.html#:~:text=Los%20valores%20de%20una%20empresa,compa%C3%B1a%20y%20en%20sus%20objetivos.>
- Ponce, L., Orellana, K., Acuña, I., Alemán, J., & Fuentes Figueroa, T. (2018). Situación de La Caficultura Ecuatoriana: Perspectivas. *Revista Estudios Del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*(1), 307-325. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/reds/v6n1/reds15118.pdf>

- Risco, G. L. (2013). *Economía de la empresa*. Estados Unidos . Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=uN1UAgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=areas+funcionales+de+la+empresa&ots=iyqReb9zKV&sig=qQjNXZLN-JRVRhP3SKw8tKdRaos#v=onepage&q&f=true>
- Rojas Landacay, D. E. (2019). La ruta agroturística del café en Loja. *Polo del Conocimiento*.
- Rojo Jiménez, E. (2014). Café I. *Revista Reduca (Biología)*. Obtenido de <http://revistareduca.es/index.php/biologia/article/view/1757>
- Salazar Uribe, J. (18 de Julio de 2019). *CoffeeRoastColombia*. Obtenido de <https://coffeeroastcolombia.wordpress.com/2019/07/18/arabica-vs-robusta/>
- Supercias, S. d. (2014). *Ley de Compañías*. Obtenido de https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf
- Suquilanda Yaguachi, M. d. (2015). *Proyecto de factibilidad para la generación de una empresa productora de café gourmet en sobres filtrantes y su comercialización en la ciudad de Loja*. Universidad Nacional de Loja, Loja. Obtenido de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/10889/1/Tesis%20Lista%20Maria%20del%20Cisne%20Diciembre.pdf>
- UTPL. (2015). *Café de Calidad*. Loja. Obtenido de <https://perspectivas.utpl.edu.ec/sites/default/files/junio15/cafe-de-calidad.pdf>
- Valle Maestro, M., & Soto, M. R. (2007). *Contabilidad I*. Salta - Argentina. Obtenido de http://educagratis.cl/moodle/pluginfile.php/17383/mod_resource/content/0/Introduccion_a_la_contabilidad_superior._mod._1.pdf#page=64
- Vásquez, L. (s.f.). *Scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/63155301/Demanda-Insatisfecha>
- Viñan, J., Puente, M., Ávalos, J., & Córdova, J. (2018). *Proyectos de inversión: un enfoque práctico*. Riobamba, Ecuador. Obtenido de <http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-19-211329->

63%20Libro%20Proyectos%20de%20inversio%CC%81n%20un%20enfoco%20pra%CC%81ctico.pdf

Westreicher, G. (s.f.). *Economipedia*. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/demanda-efectiva.html>

Wikipedia. (26 de Noviembre de 2017). *Wikipedia*. Obtenido de

https://es.wikipedia.org/wiki/Cant%C3%B3n_Loja#/media/Archivo:Loja_-_Loja.png

11. Anexos

Anexo 1



Universidad Nacional de Loja
Facultad Jurídica, Social y Administrativa
Carrera de Administración de Empresas
Encuesta Demandantes

Estimado/a ciudadano/a la presente encuesta tiene por objeto recoger información para evaluar gustos y preferencias del cliente en cuanto al café; los datos obtenidos serán de utilidad para determinar la demanda del estudio de factibilidad de una empresa productora y comercializadora de café en bolsas de té. Por lo expuesto le solicito de la manera más cordial dar respuesta a las siguientes preguntas:

1. ¿En su familia consumen café?

Si

No

Si la respuesta es negativa, termina la encuesta y se agradece su colaboración

2. ¿En su familia con qué frecuencia adquieren café?

diario

semanal

mensual

3. ¿En su familia cuantas libras de café consume mensualmente?

1 a 3 veces

3 a 6 veces

3 a 6 veces

más de 9 veces

4.- ¿Cual es lugar de preferencia para el consumo consume de café?

- Hogar
- Cafetería
- Trabajo
- Otra _____

5. ¿En qué lugar habitualmente adquiere café?

- Supermercado
- Mercado
- Tienda
- Otra _____

6. ¿Qué propiedades o características considera al momento de adquirir café?

- Packaging (presentación del producto)
- Aroma
- Sabor
- Precio
- Otra _____

7. ¿En su familia han consumido café molido y tostado (café pasado, colado o filtrado)?

- Si
- No

Si la respuesta es negativa, continuar en la pregunta 9

8. ¿Qué marcas de café molido y tostado conoce?

- Minerva
- Café de Loja
- Kawsana Café
- Es Coffee
- Café Vélez
- Café Don Calle
- Otra _____

9. ¿Si se crea una empresa productora y comercializadora de café en bolsas de té, lo adquiriría?

Si

No

Si la respuesta es negativa, termina la encuesta y se agradece su colaboración

10. ¿Qué presentación elegiría para el café en bolsas de té?

Caja de 12 unidades

Caja de 15 unidades

Caja de 25 unidades

11. ¿Qué medios utiliza para informarse y/o comunicarse?

Redes sociales (facebook, Instagram y twitter)

Prensa escrita

Tv

Radio

Volantes informativos

Anexo 2



Universidad Nacional de Loja
Facultad Jurídica, Social y Administrativa
Carrera de Administración de Empresas
Encuesta Oferentes

Estimado/a ciudadano/a la presente encuesta tiene por objeto recoger información con el objetivo principal de implementar un “Proyecto de factibilidad de una empresa productora y comercializadora de café en bolsas de té”. Por lo expuesto le solicito de la manera más cordial dar respuesta a las siguientes preguntas:

1. ¿En su negocio vende café?

- Si
- No

2. ¿Qué tipo de café comercializa en mayores cantidades?

- Filtrar o pasado
- Instantáneo
- Otro

3. ¿Qué cantidad de café vende aproximadamente en un día?

- 10-20 libras
- 20-30 libras
- 30-40 libras
- 40-50 libras
- Otra _____

4. ¿A qué precio comercializa el café de filtrar en presentación de una libra?

- 1.00 a 1.50
- 1.50 a 2.00
- 2.00 a 3.00
- Otra _____

5. ¿Qué medios utiliza para publicidad?

Redes sociales

Radio

Prensa escrita

Otra _____

Anexo 3



Universidad Nacional de Loja
Facultad Jurídica, Social y Administrativa
Carrera de Administración de Empresas
Encuesta Proveedores

Estimado/a ciudadano/a la presente encuesta tiene por objeto recoger información con el objetivo principal de implementar un “Proyecto de factibilidad de una empresa productora y comercializadora de café en bolsas de té”. Por lo expuesto le solicito de la manera más cordial dar respuesta a las siguientes preguntas:

1. ¿Qué variedad de café comercializa?

- Arábigo
- Robusta
- Otra _____

2. ¿Cuál es el precio al que comercializa un quintal de café?

- 100 a 125
- 125 a 150
- 150 a 200
- 200 a 250
- Otra _____

3. ¿Cómo califica la calidad de su café?

- Muy buena
- Buena
- Regular

4. ¿Cuál es tiempo de entrega promedio de un pedido de café?

1 semana

15 días

1 mes

Otra _____

5. ¿Qué medios utiliza para publicidad?

Redes sociales

Radio

Prensa escrita

Otra _____

ÍNDICE

1.	Título	1
2.	Resumen	2
3.	Introducción.....	4
4.	Marco Teórico	8
4.1	Marco Referencial.....	8
4.2	Marco teórico.....	11
4.2.1	Proyecto.....	11
4.2.2	Proyecto de inversión	12
4.2.3	Ciclo de vida de los proyectos.....	12
4.2.4	Estudio de mercado	12
4.2.5	Estudio técnico	17
4.2.6	Estudio de la Organización.....	21
4.2.7	Estudio Económico.....	27
4.2.8	Estudio Financiero.....	28
4.2.9	Evaluación Financiera	30
4.2.10	El café.....	32
4.3	Marco conceptual.....	35
5.	Metodología.....	40
5.1	Métodos	40
5.2	Materiales.....	40
5.3	Técnicas	41

5.4	Procedimiento	45
6.	Resultados.....	46
7.	Discusión	67
7.1	Estudio de Mercado	67
7.2	Estudio Técnico	76
7.3	Estudio de Organización y Legal de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.....	86
7.4	Estudio Económico de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.....	103
7.5	Estudio Financiero de la empresa Air Coffee Cía. Ltda.....	137
7.6	Evaluación Financiera de la empresa “Air Coffee” Cía. Ltda.....	139
7.6.1	Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR).....	140
7.6.2	Valor Actual Neto (VAN)	141
7.6.3	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	142
7.6.4	Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)	143
7.6.5	Relación Beneficio / Costo (RBC)	144
7.6.6	Análisis de Sensibilidad	145
8.	Conclusiones.....	148
9.	Recomendaciones	150
10.	Bibliografía.....	151
11.	Anexos.....	157