



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO:

“Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de licor de café en la ciudad de Loja”

TESIS PREVIA A OPTAR EL GRADO DE INGENIERO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Autor: Luis David Calderón González.

Director: Ing. Oscar Aníbal Gómez Cabrera. MgSc.

Loja- Ecuador

2021

CERTIFICACIÓN

ING. OSCAR ANIBAL GOMEZ CABRERA. MgSc

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

CERTIFICA:

Haber dirigido, asesorado y revisado detenida y minuciosamente, durante todo su desarrollo, la presente tesis titulada: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LICOR DE CAFÉ EN LA CIUDAD DE LOJA”** desarrollada por el **Sr. Luis David Calderón González**, previo a la obtención del Grado de Ingeniero en Administración de Empresas.

El trabajo de investigación cumple con lo establecido en la norma vigente de la Universidad Nacional de Loja, por lo que autorizo su impresión, presentación y sustentación, ante los organismos pertinentes.

Loja, 19 de noviembre del 2020

OSCAR ANIBAL

GOMEZ CABRERA serialNumber=100720135115, cn=OSCAR

Firmado digitalmente por OSCAR ANIBAL
GOMEZ CABRERA
Nombre de reconocimiento (DN): c=EC,

CERTIFICACION DE INFORMACION,

ANIBAL GOMEZ CABRERA
Fecha: 2020.11.26 16:46:26 -05'00'

.....
ING. OSCAR ANIBAL GOMEZ CABRERA. MgSc
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, **Luis David Calderón González**, declaro ser el autor del presente trabajo de tesis de grado, titulada: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LICOR DE CAFÉ EN LA CIUDAD DE LOJA”** y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente, acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual, para el uso de la misma con fines académicos y de investigación.

AUTOR: Luis David Calderón González

FIRMA:

CÉDULA: 1105977399

FECHA: 07 de abril del 2021

CARTA DE AUTORIZACIÓN

Yo, Luis David Calderón González, declaro ser autor, de la tesis titulada: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LICOR DE CAFÉ EN LA CIUDAD DE LOJA”** como requisito para optar el grado de: INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Además autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Digital Institucional. Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad. La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la Tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 25 días, del mes de Junio del 2021, firma el autor:

Autor: Luis David Calderón González

Firma:

Cédula: 1105977399

Dirección: Loja, Loja (La Argelia)

Correo Electrónico: ldcalderong@unl.edu.ec

DEDICATORIA

El presente trabajo de tesis, es resultado del esfuerzo y sacrificio de una larga etapa de formación profesional, con todo el cariño les dedico principalmente a mis padres Ismael Reinerio y Luz Amelia, quienes han sido un apoyo fundamental y me han ayudado a superar todos los obstáculos de la vida, así mismo me han incentivado y motivado en toda mi carrera universitaria.

A mis queridos hermanos quienes me impulsan a seguir nuevas metas en la vida y superarme día a día; a mis abuelitos, tíos, primos y amigos en general gracias por su apoyo y por ser parte de este logro tan importante en mi vida.

Luis David Calderón G.

AGRADECIMIENTO

Mis más sinceros agradecimientos a las Autoridades de la Universidad Nacional de Loja, principalmente a los docentes de la carrera de Administración de Empresas por brindarme sus conocimientos y darme la oportunidad para formarme profesionalmente.

A mi director de tesis el Ing. Oscar Aníbal Gómez Cabrera, quien ha sido mi guía y me ha brindado sus conocimientos de manera muy atenta para el desarrollo de mi tesis.

Luis David Calderón G

ESQUEMA DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
ESQUEMA DE CONTENIDOS.....	vii
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
ABSTRACT.....	3
c. INTRODUCCIÓN.....	4
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	6
e. METODOLOGÍA.....	41
f. RESULTADOS.....	46
g. DISCUSIÓN.....	65
h. CONCLUSIONES.....	150
i. RECOMENDACIONES.....	151
j. BIBLIOGRAFÍA.....	152
k. ANEXOS.....	157

a. TITULO.

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LICOR DE CAFÉ EN LA CIUDAD DE LOJA”

b. RESUMEN

La investigación tiene como objetivo determinar la factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de café en la ciudad de Loja, el cual servirá de referente para generar un nuevo proyecto que aporte un producto innovador y mejore la calidad de vida de la ciudadanía. Se utilizaron los métodos: deductivo, inductivo, analítico y las técnicas de la encuesta y la revisión bibliográfica, permitiendo obtener información de los demandantes y ofertantes necesarios para el desarrollo del proyecto. Así mismo, para la elaboración del proyecto se procedió a realizar estudios: de mercado, técnico, administrativo y financiero. Los resultados del estudio de mercado y técnico determinaron que existe una demanda total de 174.380 unidades de licor de café de 1litro y una oferta de 1215 unidades, existiendo una demanda insatisfecha en la ciudad de Loja de 173.165 unidades de las cuales se procederá a producir 62.400 unidades para el primer año de vida útil del proyecto, el cual se irá incrementando hasta tener una producción anual de 78.000 unidades al quinto año de vida útil del presente estudio. Con respecto al estudio administrativo, se definió el personal que requiere la empresa en caso de ponerse en ejecución el presente proyecto así como también, los niveles jerárquicos y el manual de funciones necesarios. Para el estudio financiero, se indicó que para el primer año de vida útil del proyecto se necesitará una inversión de 81.206,48 dólares. Y finalmente se realizó la evaluación financiera del proyecto en donde se determinó un VAN de 86.626,13 dólares; una TIR de 67,04% mayor al costo de oportunidad; una relación beneficio-costos de 0.20, significando que por cada dólar que invierta la empresa, esta tendrá veinte centavos de utilidad; un periodo de recuperación de capital de 1 año 11 meses 12 días, y con respecto al análisis de sensibilidad se tiene que al incrementar los costos en un 11 % este es de 0.96, y al disminuir los ingresos en un 9,2 % es de 0.97. Como conclusión general se plantea que si es factible la ejecución del proyecto, ya que presenta indicadores de rentabilidad positivos, recomendando la viabilidad del proyecto.

ABSTRACT

The objective of the research is to determine the feasibility for the creation of a company dedicated to the production and commercialization of coffee in the city of Loja, which will serve as a reference to generate a new project that reports an innovative product and improves the quality of life of the citizenship. The methods were used: deductive, inductive, analytical and the techniques of the survey and the bibliographic review, allowing to obtain information from the applicants and suppliers necessary for the development of the project. Likewise, for the development of the project, studies were carried out: market, technical, administrative and financial. The results of the market and technical study determined that there is a total demand of 174,380 units of 1-liter coffee liquor and a supply of 1,215 units, with an unsatisfied demand in the city of Loja of 173,165 units of which 62,400 will be produced. Units for the first year of the useful life of the project, which will be increased until having an annual production of 78,000 units by the fifth year of the useful life of this study. With regard to the administrative study, the personnel required by the company in case of implementing this project was defined, as well as the hierarchical levels and the manual of necessary functions. For the financial study, it was indicated that an investment of \$ 81,206.48 will be required for the first year of the project's useful life. And finally, the financial evaluation of the project was carried out, where a NPV of 86,626.13 dollars was determined; an IRR of 67.04% higher than the opportunity cost; a benefit-cost ratio of 0.20, meaning that for every dollar that the company invests, it will have a profit of twenty cents; a capital recovery period of 1 year 11 months 12 days, and with respect to the sensitivity analysis, costs have to be increased by 11%, this is 0.96, and by decreasing income by 9.2% it is 0 , 97. As a general conclusion, it is proposed that the execution of the project is feasible, since it presents positive profitability indicators, recommending the viability of the project.

c. INTRODUCCIÓN

La falta de conocimiento de los múltiples beneficios del café como el desconocimiento de la producción de licor a partir del mismo, ha generado una producción monótona sin posibilidad de incremento en la ciudad de Loja, teniendo como problema latente la inexistencia de una empresa productora y comercializadora de licor de café, limitando así la creación de nuevas fuentes de trabajo e ingresos tanto para la ciudad, provincia y estado ecuatoriano por concepto de pago de impuestos al fisco. Razón suficiente por la cual, se ha creído conveniente elaborar el presente proyecto, con la finalidad de incentivar a posibles inversionistas a la producción de licor de café, que mediante los respectivos estudios realizados en el proyecto se demuestra tiene una gran acogida por parte de la ciudadanía lojana.

La importancia del presente estudio se enfoca principalmente en implementar una empresa innovadora, productora y comercializadora de licor de café en la ciudad de Loja, que además de darle un valor agregado al café, permitirá crear nuevas fuentes de trabajo mejorando así, la calidad de vida de la población, ya que, será de igual manera una forma de inversión para desarrollo de la misma ciudad.

Como objetivo general se planteó: Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de licor de café en la ciudad de Loja y como objetivos específicos: Realizar un estudio de mercado para medir el grado de aceptación de licor de café a los consumidores potenciales y reales de la ciudad de Loja; ejecutar un estudio técnico para determinar la localización, el tamaño y la ingeniería del proyecto para obtener una eficiente producción y comercialización del producto; diseñar un estudio administrativo acorde a los requerimientos de la empresa; realizar un estudio financiero

para determinar la inversión total del proyecto; realizar la evaluación financiera con el fin de determinar la rentabilidad de proyecto, elaborar el análisis económico utilizando indicadores como TIR, VAN relación beneficio – costo, periodo de recuperación del capital y análisis de sensibilidad y establecer la estructura orgánica – funcional de la empresa.

La estructura de la investigación incluye luego del apartado de introducción, la sección de revisión de literatura, misma, que contiene en forma detallada los aspectos teóricos que sirvieron de apoyo para la elaboración del presente trabajo; la metodología que considera a los materiales que se utilizaron para desarrollar la investigación, además, del detalle de métodos y técnicas utilizadas para la elaboración del proyecto. La presentación de resultados contiene la encuesta realizada a la ciudadanía lojana, con su debido análisis e interpretación. Seguidamente se presenta la discusión y las respectivas conclusiones que contienen los aspectos y análisis de los resultados obtenidos en la investigación. Por último, se propone unas recomendaciones que apuntan a la ejecución del presente proyecto como factible.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

1. MARCO REFERENCIAL

Tanto nacional como internacionalmente, Loja cuenta con un reconocimiento y posicionamiento por ofrecer un café de calidad, que lo han catapultado a ser conocido como uno de los mejores o el mejor café del Ecuador, debido, a que la provincia de Loja ocupa el segundo lugar en extensión de cultivos de café, con cerca de 30000 hectáreas, situación que ha permitido ser la principal estrategia de competitividad del café lojano a lo largo del tiempo, pudiendo además, darle un valor agregado ampliando el mercado con productos derivados del mismo, como lo es: el licor de café (Consejo Cafetalero Nacional, 2013).

Por lo tanto, en el presente apartado se encuentran los estudios y publicaciones más relevantes para la presente investigación, teniendo en primera instancia el trabajo de Guillén, Palacios y Montenegro (2011) quienes en su estudio de factibilidad para la creación de una planta procesadora de licor de café en el municipio de Estelí, Nicaragua, a través de un estudio de mercado, técnico y financiero, mencionan que la importancia económica del rubro del café podría ser superior si éste se procesara en licor ya que, en sus resultados el proceso productivo se puede realizar de manera óptima con la materia prima e insumos locales, sin recurrir en gastos excesivos, sin embargo, presentan una limitante al contar con un período de recuperación de 3 años y 11 meses siempre y cuando se cuente con un financiamiento del 100% el proyecto es rentable.

Consecuentemente, para Ascencio y García (2012) en su estudio de factibilidad técnica financiera para la elaboración de licor de café en el municipio de Jayaque y Tepecoyo, El Salvador, obtuvieron que el proyecto es factible financieramente ya que la tasa interna de retorno es mayor que la tasa mínima aceptable de rendimiento, además, de que con la

realización del proyecto se han de mejorar las condiciones económicas y sociales de los trabajadores y de los vecinos aledaños a las instalaciones, con lo que los niveles de desarrollo del sector han de incrementarse, aunque se debe reforzar las áreas de publicidad.

Por su parte, Rosero (2013) al realizar un estudio de factibilidad para la producción y comercialización de café pergamino seco en la parroquia Apuela de la zona Intag, Provincia de Imbabura mediante: un diagnóstico situacional, marco teórico, estudio de mercado, estudio técnico, evaluación financiera, estructura organizacional y análisis de impactos, pudo identificar el poco interés que prestan los campesinos en el cultivo de café y mucho menos a sus derivados conllevando a que no exista la suficiente oferta de café, pero a través del estudio se comprobó la viabilidad del proyecto, al contar con resultado significativos: un VAN positivo de 12.780.32 y una TIR de 17,70%, concluyendo que es un proyecto rentable.

Concluyendo, así con lo expuesto por Villalobos, Huerta, Mendoza y Rueda (2016) quienes en su proyecto de elaboración de licor de café, señalan que realizar un estudio de pre factibilidad para un producto novedoso como lo es el licor de café, es una idea alternativa de recibir ingresos adicionales, ya que, con su producción se dará un valor agregado al grano de café, transformándolo en un producto de calidad.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. PROYECTOS DE INVERSIÓN

Un proyecto no es más que la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad humana. En este sentido puede haber diferentes ideas, inversiones de monto distinto, tecnología y metodologías con diverso enfoque, pero todas ellas destinadas a satisfacer las necesidades del ser humano en todas sus facetas, como pueden ser: educación, alimentación, salud, ambiente, cultura, etcétera. Por tanto, el proyecto de inversión es un plan que, si se le asigna un determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, producirá un bien o un servicio, útil a la sociedad (Baca Urbina, 2010). Sin embargo, para su elaboración es fundamental una debida planeación, que permita a las empresas, organizaciones, personas, etcétera, incrementar sus recursos financieros disponibles, apostando por la rentabilidad (Raffino, 2020).

2.1.1. Origen de un proyecto de inversión

Para Barragán: “Un proyecto surge de una idea para satisfacer una necesidad de la sociedad, como una solución razonable a un problema. La idea puede ser generada por un emprendedor que desea tener un negocio propio o por una empresa que planea crecer y generar más valor a sus accionistas”(Barragán, 2015, p. 13).

2.1.2. Estructura de un proyecto

Para Reyes (2011) los componentes de un proyecto principalmente son tres:

-Estudio de mercado, que incluye al consumidor, competidor, proveedor y distribuidor.

-Estudio técnico, que se enfoca al tamaño, localización, proceso productivo, distribución física, estructura organizacional del proyecto.

-Estudio financiero, incluye la evaluación financiera económica y social.

2.1.2.1 Estudio de mercado

Al estudio de mercado se lo considera como la parte más importante del proyecto. De ahí la importancia que se le debe dar y que de hecho tiene en todo sentido el estudio de mercado dentro de un proyecto. Antes de iniciar el estudio de un proyecto, es conveniente tener una idea general del tamaño del mercado. Si la demanda potencial se presenta mayor que la oferta, es posible empezar a ver la factibilidad de llevar adelante el proyecto. Algunos proyectos no se han culminado porque el mercado no cubre los requerimientos de demanda proyectados o simplemente no existe mercado para nuestro bien o servicio. El concepto de mercado debe ser amplio (Viñán et al., 2018).

Debe incluir a todas las variables en el cual la empresa va a participar: consumidores (demanda), competencia (oferta), proveedores (insumos), distribuidores (comercialización), tanto en tiempo histórico, actual como futuro. En otro contexto, al estudiar el mercado comprenderemos que no hay dos consumidores iguales y que es difícil satisfacerlos a todos de la misma manera; de ahí nace la inquietud de saber cómo llegar a todos ellos y satisfacer las necesidades de los consumidores y los inversionistas (Viñán et al., 2018).

2.1.2.1.1 Objetivos y generalidades del estudio de mercado

Los objetivos del estudio de mercado para Baca Urbina (2010) son los siguientes:

- Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen los productos existentes en el mercado.

- Determinar la cantidad de bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.
- Conocer cuáles son los medios que se emplean para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios.
- Como último objetivo, tal vez el más importante, pero por desgracia intangible, dar una idea al inversionista del riesgo que su producto corre de ser o no aceptado en el mercado. Una demanda insatisfecha clara y grande no siempre indica que pueda penetrarse con facilidad en ese mercado, ya que éste puede estar en manos de un monopolio u oligopolio. Un mercado en apariencia saturado indicará que no es posible vender una cantidad adicional a la que normalmente se consume.

2.1.2.1.2. Demanda

En sí, la demanda es la sumatoria de las adquisiciones o compra de un bien o servicio por parte del consumidor para satisfacer una necesidad. Dentro de la misma, se constituye la estimación de la cuantía de los bienes o servicios provenientes de una unidad de producción nueva que estaría dispuesta a comprar a un precio determinado. Y debido que la magnitud de la demanda varía en función del precio se debe considerar que este cubra los costos de producción y permita obtener un margen de rentabilidad razonable (Viñán et al., 2018).

2.1.2.1.2.1. Cómo se analiza la demanda

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. La demanda está en función de una serie de factores, como

son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias, de indicadores econométricos, etcétera (Baca Urbina, 2010).

2.1.2.1.2.2. Tipos de demanda

Para los efectos del análisis, existen varios tipos de demanda, que se pueden clasificar según indica Baca Urbina (2010) como sigue:

-En relación con su oportunidad, existen dos tipos:

- ✓ Demanda insatisfecha: en la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado, Su cálculo se define una vez obtenidos los valores de la oferta y la demanda; constituye en sí una diferencia entre oferta y demanda
- ✓ Demanda satisfecha: en la que lo ofrecido al mercado es exactamente lo que éste requiere. Se pueden reconocer dos tipos de demanda satisfecha:
 - Satisfecha saturada: la que ya no puede soportar una mayor cantidad del bien o servicio en el mercado, pues se está usando plenamente. Esta situación es muy difícil encontrar en un mercado real.
 - Satisfecha no saturada: es la que se encuentra aparentemente satisfecha, pero que se puede hacer crecer mediante el uso adecuado de herramientas mercadotécnicas, como las ofertas y la publicidad.

-En relación con su necesidad, se encuentran dos tipos:

- ✓ Demanda de bienes social y nacionalmente necesarios: son los que requiere la sociedad para su desarrollo y crecimiento, y se relacionan con la alimentación, el vestido, la vivienda y otros rubros.
- ✓ Demanda de bienes no necesarios o de gusto: es prácticamente el llamado consumo suntuario, como la adquisición de perfumes, ropa fina y otros bienes de este tipo. En este caso la compra se realiza con la intención de satisfacer un gusto y no una necesidad.

-En relación con su temporalidad, se reconocen dos tipos:

- ✓ Demanda continua: la que permanece durante largos periodos, normalmente en crecimiento, como ocurre con los alimentos, cuyo consumo irá en aumento mientras crezca la población.
- ✓ Demanda cíclica o estacional: la que en alguna forma se relaciona con los periodos del año, por circunstancias climatológicas o comerciales, como regalos en la época navideña, paraguas en la época de lluvias, enfriadores de aire en tiempo de calor, etcétera.

-De acuerdo con su destino, se reconocen dos tipos:

- ✓ Demanda de bienes finales: son los adquiridos directamente por el consumidor para su uso o aprovechamiento.
- ✓ Demanda de bienes intermedios o industriales: los que requieren algún procesamiento para ser bienes de consumo final.

2.1.2.1.3. Oferta

Mientras que la demanda del mercado estudia el comportamiento de los consumidores, la oferta del mercado corresponde a la conducta de los empresarios, es decir, a la relación entre la cantidad ofertada de un producto y su precio de transacción. Otros elementos que condicionan la oferta son el costo de producción del bien o servicio, el grado de flexibilidad en la producción que tenga la tecnología, las expectativas de los productores, la cantidad de empresas en el sector, el precio de bienes relacionados y la capacidad adquisitiva de los consumidores, entre otros (Chain, 2011).

2.1.2.1.4. Producto

“Es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad” (De la Colina, 2007, párrafo 1). Los productos pueden ser bienes físicos, servicios, experiencias, eventos, personas, lugares, organizaciones, información, ideas, etc. Es un bien que se recibe en un intercambio, que normalmente contiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles, como los aspectos sociales y psicológicos. Un producto también puede ser una mercancía, un servicio, una idea o una combinación de los tres (Vallejo, 2016).

2.1.2.1.4.1. Clasificación de los productos

Para González (2018) los productos se pueden clasificar por medio de diversos criterios:

Destino de uso

- ✓ Consumo final: Son los que consume finalmente la población, como es el caso de alimentos, ropa, muebles, aparatos electrónicos, etcétera.

- ✓ Intermedio. Es la materia prima que, junto con otros productos, sirve para fabricar los productos finales.
- ✓ De capital. Es principalmente la maquinaria o equipo que se utiliza para fabricar otras máquinas.

Efecto

- ✓ Innovadores. Por lo general, son aquellos productos que se introducen por primera vez en el mercado para satisfacer necesidades.
- ✓ Iguales. En este caso se introduce en el mercado un producto similar a otro u otros que ya tienen cierta permanencia en él.
- ✓ Similares, sustitutos y sucedáneos. Los sustitutos son aquellos productos que son diferentes pero satisfacen en forma parecida una necesidad; por ejemplo, la miel es un sustituto de azúcar. Por su parte, los sucedáneos, debido a que tienen propiedades parecidas a las que ostentan los productos principales, pueden sustituirlos; tal es el caso de la mantequilla, que puede ser sustituida por margarina.

2.1.2.1.5. Costos

La forma más tradicional de clasificar los costos de operación de un proyecto es la que los diferencia entre costos fijos y variables. Los costos fijos totales son costos en que se deberá incurrir en un periodo determinado, independientemente del nivel de producción en la empresa (alquiler de bodegas, algunas remuneraciones, seguros de máquina, etc.). Los costos variables totales son aquellos que dependen del nivel de producción (costo de los

envases, mano de obra, materias primas, etc.). Como cada unidad adicional producida incrementa el costo variable total, a su variación se la denomina costo marginal. La suma de ambos costos dará el costo total del periodo (Chain, 2011).

2.1.2.1.6. Precio

Viñán, Puente, Ávalos y Córdova (2018) mencionan que en el estudio de mercado del proyecto se deben analizar los precios que tienen los bienes y servicios que se espera producir:

- ✓ Precio existente en el mercado interno (mínimos, promedios y máximos).
- ✓ Precio de productos similares importados.
- ✓ Precio fijados por el gobierno.
- ✓ Precios estimados en función del costo de producción.

Precios que se pueden obtener de fuentes primarias de información como los existentes en el mercado y supermercados de la localidad. Será importante analizar además las fuentes secundarias; es decir, aquellas fuentes donde la información la encontramos ya elaborada por personas o entidades, en las cuales privadas y públicas, BCE, INEC, ministerios, universidades, etcétera (Viñán et al., 2018).

2.1.2.1.7. Canales de distribución

Situar el producto en el lugar y momento adecuado es una de las tareas decisivas con las que se enfrenta la empresa dada su repercusión directa en las ventas producidas y en la generación de costos adicionales. Cuando se selecciona una forma de distribución, generalmente la empresa la mantiene durante un período de tiempo. Existen dos alternativas básicas para hacer llegar el producto al cliente entre las cuales la empresa debe

decidir: la venta directa y la venta a través de intermediarios. La venta directa consiste en la utilización de vendedores propios en plantilla de la empresa para hacer llegar el producto al cliente; sus ventajas son muy importantes: la empresa dispone de absoluto control sobre una red comercial dedicada, entrenada y especializada en sus productos y servicios (Viñán et al., 2018).

2.1.2.1.8. Publicidad y propaganda

Es importante el análisis de los medios publicitarios y la propaganda que se va a resolver a continuación. Se entiende por publicidad toda forma de presentación y promoción impersonal de ideas, bienes o servicios, ya que, el vendedor no ve al cliente, por lo tanto los fabricantes, utilizan la publicidad para hacer llegar sus mensajes de ventas a numerosas personas a la vez. Los medios más utilizados son: televisión, radio y sobretodo el internet actualmente (Viñán et al., 2018).

2.1.2.2. Estudio técnico

Esta etapa comprende aquellas actividades en que se definen las características de los activos fijos (en este caso equipo, maquinaria, instalaciones, terrenos, edificios etc.) que son necesarios para llevar a cabo el proceso de producción de determinado bien o servicio. También en ella se incluye la definición de la materia prima y de los insumos necesarios para elaborar el producto y poner en marcha (y mantener) el funcionamiento de la factoría. Mediante el estudio técnico se determina la mejor localización de las instalaciones, esto es, se debe detectar un sitio que ofrezca todas las características que permitan que el proceso de producción se desarrolle de manera eficiente. Además, es necesario que se encuentre a una distancia óptima de los mercados de consumidores y de materia prima, circunstancia que ayuda a minimizar costos y gastos (Morales y Morales, 2009).

Asimismo, debe tener un acceso expedito y barato a todos los elementos que influyen en los procesos de fabricación y venta de los productos y/o servicios que contempla el proyecto de inversión, tales como vías de comunicación (terrestres, fluviales, aéreas), energía eléctrica, seguridad, instituciones de salud y educativas para los empleados, drenajes, etc., (Morales & Morales, 2009).

2.1.2.2.1. Elementos del estudio técnico

Para José Morales y Arturo Morales (2009) en los proyectos de inversión, el estudio técnico se enfoca principalmente en evaluar el lugar más conveniente para fabricar los productos, así como los procesos y factores que intervienen en la conformación de la cadena productiva. Por ello, los aspectos que se deben contemplar en él son:

- ✓ Procesos de fabricación.
- ✓ Combinación de factores de producción.
- ✓ Identificación del lugar donde deben establecerse las instalaciones de producción.
- ✓ Materias primas e insumos que se requieren para la fabricación de los productos.
- ✓ Equipos y maquinaria..
- ✓ Instalaciones
- ✓ Tamaño de la fábrica y de las instalaciones según la capacidad de producción deseada

El estudio técnico debe realizarse con la profundidad necesaria para que sirva de apoyo a los demás estudios y, a su vez, éstos proporcionen información que contribuya a determinar

las características de los procesos de fabricación así como la capacidad de producción (Morales & Morales, 2009).

De acuerdo con los puntos enunciados anteriormente, se puede resumir que el estudio técnico de los proyectos de inversión debe contener los siguientes elementos:

- ✓ Estudio de materias primas e insumos del proceso productivo.
- ✓ Localización general y específica de las instalaciones.
- ✓ Dimensión o tamaño de la planta de producción.
- ✓ Estudio de ingeniería del proyecto (Morales & Morales, 2009).

2.1.2.2.2. Localización de la planta de producción

Es importante determinar la ubicación más ventajosa de la planta de producción o de generación de servicios que se pretenden en el proyecto de inversión. Se denomina ubicación “ventajosa” porque contribuye a satisfacer los requerimientos del mercado y de los insumos, situación que se refleja en un margen atractivo de utilidad tanto para los resultados de la inversión como para la operación del proyecto de inversión. El estudio de la localización de la planta fabril se realiza en dos niveles: nivel macro, o zona donde se ubicará la planta, y a nivel micro, o el sitio específico (Morales & Morales, 2009).

2.1.2.2.3 Ingeniería del proyecto

En esta sección del estudio técnico, la ingeniería se ocupa de resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta, cuando ésta se requiere. Para lograr un funcionamiento adecuado de la planta y de las instalaciones deben converger una serie de factores que permitan diseñar el esquema de trabajo óptimo, según las características específicas del proyecto de inversión y estos factores y elementos que se deben analizar

para establecer la ingeniería de la planta y/o de las instalaciones de acuerdo a Morales y Morales (2009) son los siguientes:

- ✓ Proceso de producción.
- ✓ Sistema de producción adoptado por el proyecto de inversión.
- ✓ Descripción de los procesos utilizados.
- ✓ Maquinaria y equipo utilizados.
- ✓ Distribución de la maquinaria, equipo e instalaciones.
- ✓ Requerimientos de mano de obra, materiales, insumos y servicios.
- ✓ Estimación de las necesidades de terreno y edificaciones.
- ✓ Tecnología de procesos.

-Proceso productivo: El proceso productivo se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en producto mediante la participación de una determinada tecnología en este caso es la combinación de mano de obra, maquinaria, métodos y procesos de operación. Para que el proceso productivo se desarrolle y el producto obtenido sea el mejor es importante que se cuente con una buena materia prima, una excelente maquinaria y una mano de obra eficiente (Such, 2011).

-Diagrama de flujo: Un diagrama de flujo es la representación gráfica del flujo o secuencia de rutinas simples. Los diagramas de flujo ayudan a designar cualquier representación gráfica de un procedimiento o parte de este. En la actualidad los diagramas de flujo son considerados en la mayoría de las empresas como uno de los principales instrumentos en la realización de cualquier método o sistema (Baca Urbina, 2010).

2.1.2.3. Estudio legal

El estudio de los aspectos legales del proyecto comprende el procedimiento para la constitución y formalización de la empresa; o más específicamente se refiere al estudio de las normas y regulaciones existentes relacionadas con la naturaleza del negocio y la actividad económica que desarrolla (Castañeda, 2008).

Por lo tanto toda empresa para su libre operación debe cubrir ciertos requisitos exigidos por la ley como lo expone a continuación (Castañeda, 2008):

Razón social.- es el nombre con el cual la empresa operará, el mismo que debe ser conformado de acuerdo a la ley.

Domicilio.- debe indicar el lugar donde se encuentra ubicada.

Objeto.- debe indicar claramente el motivo por el cual se creó y que actividad realiza.

Capital Social.- es el monto con el cual se puso en marcha las operaciones.

Tiempo de duración.- es el tiempo con el cual se medirán sus resultados

Representante Legal.- será la persona encargada de representar legal y jurídicamente a la empresa, es el responsable absoluto por sus actividades.

Acta constitutiva.- es un documento certificador de la constitución legal de la empresa.

2.1.2.4. Estudio administrativo

El estudio administrativo en un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto. Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el

rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales (López et al., 2010). Por lo tanto se distingue distintos niveles como:

-Niveles jerárquicos

Son la dependencia y relación que tienen las personas dentro de la empresa (Economipedia, 2012).

-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. Este organismo constituye el primer Nivel jerárquico de la empresa, formado principalmente por la Junta General de Accionistas (Economipedia, 2012).

-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. Este nivel, se encarga de manejar Planes, Programas, métodos y otras técnicas administrativas de alto nivel, en coordinación con el nivel operativo y auxiliar, para su ejecución. Velara el cumplimiento de las leyes y reglamento obligatorios y necesarios para el funcionamiento de

la organización. El nivel ejecutivo o directivo es unipersonal, cuando exista un Director o Gerente (Economipedia, 2012).

-Nivel asesor

No tiene autoridad de mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, contable, industrial y demás áreas que tenga que ver con la empresa (Economipedia, 2012).

-Nivel auxiliar o de apoyo

Apoya a los otros niveles administrativos, en la prestación de servicios, en forma oportuna y eficiente (Economipedia, 2012).

-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. Tiene el segundo grado de autoridad y es responsable del cumplimiento de las actividades encomendadas a la unidad, bajo su mando puede delegar autoridad, más no responsabilidad (Such, 2011).

-Organigrama

Según Such (2011) un organigrama no es más que la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas, en la que se muestran las relaciones que guardan entre sí los órganos que la componen. Pudiendo ser el organigrama de tipo:

-Estructural: Indica la estructura organizacional de la empresa

-Funcional: Indica las funciones que realizan cada uno de los integrantes de la empresa

-Posicional: Indica los nombres de las personas que forman parte de la organización.

2.1.2.5. Estudio financiero

Es el proceso a través del que se analiza la viabilidad de un proyecto. Tomando como base los recursos económicos que tenemos disponibles y el coste total del proceso de producción. Su finalidad es permitirnos ver si el proyecto que nos interesa es viable en términos de rentabilidad económica (Pérez, 2012).

2.1.2.5.1. Inversión

Se refiere a las erogaciones que ocurren o se presentan en la fase pre-operativa de la vida de un proyecto y representan desembolsos de efectivo para la adquisición de activos como son: edificios, maquinas, terrenos, para gastos de constitución y para capital de trabajo, etc. (Jiménez, 2017).

2.1.2.5.2. Costos

- Costos Variables o directos

Son aquellos valores en que incurre la empresa, en función de su capacidad de producción, están en relación directa con los niveles de producción de la empresa, aumentan o disminuyen proporcionalmente con el volumen de producción (Jiménez, 2017).

- Costos fijos o periódicos

Representan aquellos valores monetarios en que incurre la empresa por el solo hecho de existir, independientemente de si existe o no producción, la empresa está en obligación de cubrirlos puesto que de ello depende su operación (Jiménez, 2017).

2.1.2.5.3. Capital de trabajo

Son aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar (Jiménez, 2017).

2.1.2.5.4. Depreciación

Según Salinas (2002) la depreciación no es más que la pérdida de valor que sufre un bien de uso a través del tiempo, por el servicio que presta, por inclemencias climatológicas u obsolescencia.

2.1.2.5.5. Activos

- Activos fijos: Se define como los bienes que una empresa utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones (Millones, 2007).

- Activos Diferidos: De manera simple son todos aquellos recursos que son pagados para obtener un beneficio futuro (Millones, 2007).

2.1.2.5.6. Financiamiento

Para Millones (2007) una vez conocido el monto de la inversión se hace necesario buscar las fuentes de financiamiento, para ello se tiene dos fuentes:

-Fuente interna: constituida por el aporte de los socios.

-Fuente externa: constituida normalmente por las entidades financieras estatales y privadas.

2.1.2.5.7. Estado de Pérdidas y Ganancias

Permite conocer la situación financiera de la empresa en un momento determinado, establece la utilidad o pérdida del ejercicio mediante la comparación de ingresos y egresos, se considera los valores a cubrir por efectos de cargas tributarias y otras fiscales (Pasaca, 2017). A continuación, en la Tabla 1 se presenta de mejor manera el estado de pérdidas y ganancias.

Tabla 1. *Estado de Pérdidas y Ganancias*

INGRESOS
Ventas
Valor Residual
Otros Ingresos
TOTAL INGRESOS
EGRESOS
Costo de Producción
Costo de Operación
TOTAL DE EGRESOS
UTILIDAD OPERACIONAL=INGRESOS - EGRESOS
(-) 15% Utilidad Trabajadores
(=)Utilidad antes de Impuestos
(-) 25% Impuesto a la Renta
(=) Utilidad antes reserva
(-) 10% Reserva Legal
(=) UTILIDAD LÍQUIDA

Fuente: Elaboración propia con información de (Pasaca, 2017).

2.1.2.5.8. Punto de equilibrio

Es el punto de producción en el que los ingresos cubren totalmente los egresos de la empresa y por tanto no existe ni utilidad ni pérdida, es donde se equilibran los costos y los ingresos, es decir donde se equilibran los costos y análisis que como indica Muento (2019), sirve básicamente para:

- a. Conocer el efecto que causa el cambio en la capacidad de producción, sobre las ventas, los costos y las utilidades.
- b. Para coordinar las operaciones de los departamentos de producción mercadotecnia.
- c. Para analizar las relaciones existentes entre los costos fijos y variable

Para calcular el punto de equilibrio se puede realizar por medio de los siguientes métodos según lo expuesto por Pasaca (2017):

En Función de las Ventas: Se basa en el volumen de ventas y los ingresos monetarios que él genera; para su cálculo se aplica la siguiente formula:

$$PE= CFT / 1 - (CVT / VT)$$

En donde:

PE = Punto de equilibrio

CFT = Costo fijo total

1 = Constante matemática

CVT = Costo variable total

VT = Ventas totales.

En Función de la Capacidad Instalada: Se basa en la capacidad de producción de la planta, determina el porcentaje de capacidad al que debe trabajar la maquinaria para que su producción pueda generar ventas que permitan cubrir los costos (Pasaca, 2017).

En Función de la Producción: Este método se basa en el volumen de producción y determina la cantidad mínima de producción para que con su venta los ingresos puedan cubrir los costos ocasionales (Pasaca, 2017).

Representación Gráfica: Consiste tan solo en representar gráficamente las curvas de costos y de ingresos dentro de un plano cartesiano. (Pasaca, 2017).

2.1.2.5.9. Flujo de Caja

Pasaca (2017) indica que representa la diferencia entre los ingresos y los egresos obtenidos por la empresa en un determinado periodo de tiempo e inciden directamente en la capacidad de la empresa para pagar deudas o comprar activos.

El flujo de caja para un nuevo proyecto se compone de los siguientes elementos, según expone Pasaca (2017):

- La inversión inicial: representa los valores requeridos para poner en funcionamiento la nueva unidad productiva
- Los ingresos y egresos de operación: representan los valores reales de entradas y salidas de efectivo, estos por su carácter de devengados o causados, normalmente no ocurren en igual momento que los flujos reales. Contablemente los ingresos por ventas son considerados en su totalidad sin tomar en cuenta que puedan existir cobros pendientes por ventas a crédito; por otro lado, se considera igualmente el valor total del costo de ventas como egreso sin considerar la existencia de inventarios.

- Las reinversiones: son valores que se consideran para remplazar un activo en el periodo de evaluación, en este caso deberá considerarse el ingreso por la venta del activo (valor residual), así como el egreso por la compra del nuevo.
- El valor residual: representa el valor en los libros que tiene un activo a la finalización de la vida útil del proyecto. Esto se representa siempre que la vida útil del activo sea mayor al horizonte del proyecto. El valor se obtiene por un activo al final de su vida útil se denomina Valor Económico o de Mercado, se registran en los estados financieros como otros ingresos.
- Los valores que se esperan obtener al final de la vida útil del proyecto constituyen un beneficio neto adicional al periodo de operación.

En lo referente a los de flujos de caja se tiene: el financiero y el económico. Financiero: que se obtiene al restar los ingresos totales los egresos totales, sirve para proporcionar información sobre la situación de la empresa a terceras personas, se basa en el movimiento de efectivo (ingresos y gastos); el flujo económico, en el que la diferencia entre ingresos y egresos se suma los valores correspondientes a amortizaciones y depreciaciones ya que son valores que no egresan de la empresa o no se pagan, se basa en movimiento real de efectivo (ingresos y gastos pagables), sirve para la toma de decisiones en la gestión empresarial (Pasaca, 2017).

Para un proyecto de inversión, dadas las características de su vida útil es aconsejable manejar el flujo de caja económico en el cual se considera las depreciaciones y amortizaciones. Pues estos valores no egresan de la empresa (Pasaca, 2017).

2.1.2.6. Evaluación financiera ´

2.1.2.6.1. Valor actual neto (VAN)

De acuerdo a Pasaca (2017) el valor actual neto del proyecto representa el valor presente de los beneficios después de haber recuperado la inversión realizada en el proyecto más sus costos de oportunidad. Los criterios de decisión basados en el VAN son:

- Si el VAN es positivo, se puede aceptar el proyecto, ya que ello significa que el valor de la empresa aumentará.
- Si el VAN es negativo se rechaza la inversión ya que ello indica que la inversión perderá su valor en el tiempo.
- Si el VAN es igual a cero, la inversión queda a criterio del inversionista ya que la empresa durante su vida útil mantiene el valor de la inversión en términos de poder adquisitivo.

Siguiendo a Pasaca (2017) para calcular el VAN de un proyecto, se procede de la siguiente manera:

$$VA = FC(1 + i)^{-n}$$

1. Se toma del flujo de caja los valores correspondientes a los años de vida útil del proyecto

FC

2. Se multiplica por el factor de descuento correspondiente a cada año del proyecto, el factor de descuento se expresa de la siguiente forma:

$$(1 + i)^{-n} \text{ o } [1/(1 + i)]$$

3. Se suman los valores actuales obtenidos por la vida del proyecto.

$$\sum VA$$

4. Se resta la inversión inicial

$$VANP = ()$$

Así mismo, tenemos el factor de descuento, el cual está determinado por:

1. La Tasa de Interés de Oportunidad TIO: Que es la tasa de interés que se puede conseguir al colocar el dinero en una institución financiera.
2. El Costo de Oportunidad de Inversión COI: que es la tasa más alta de rendimiento que se puede lograr invirtiendo el dinero en otra actividad que no sea el proyecto.

En ambos casos se debe considerar una prima por el riesgo de la inversión, ello implica determinar una tasa aceptable de rendimiento a la cual se actualizan los flujos de caja esperados.

3. Determinar la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento: que es la tasa que incorpora el % de riesgo al que se enfrenta el inversionista al emprender en cualquier actividad. Su procedimiento de cálculo es el siguiente.

$$TMAR = Ti + Pr \left(\frac{Pr * Ti}{100} \right)$$

En donde:

TMAR = tasa mínima aceptable de rendimiento

Pr = prima de riesgo

Ti = tasa de interés de oportunidad (TIO), o Costo de oportunidad de la inversión (COI)

El valor actual neto del proyecto se obtiene de aplicar la siguiente fórmula

$$VANP = \sum VAN1^5 - INVERSION$$

(Pasaca, 2017)

2.1.2.6.2. Periodo de recuperación de capital

Permite conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utiliza los valores del flujo de caja y el monto de la inversión (Pasaca, 2017). Es conveniente actualizar los valores por cuanto ellos serán recuperados a futuro y aun con la dolarización en el Ecuador el dinero pierde su poder adquisitivo en el tiempo.

$$PRC = ASI + \left(\frac{Inversion - \sum FASI}{FNASI} \right)$$

2.1.2.6.3. Tasa interna de retorno (TIR)

Constituye la tasa de rendimiento que oferta el proyecto, se la considera también la tasa de interés que podría pagarse por un crédito que financie la inversión. Utilizando la TIR, como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto se toma como referencia lo siguiente tal:

- Si la TIR es mayor que el costo oportunidad o de capital, se acepta el proyecto.
- Si la TIR es igual que el costo de oportunidad o de capital, la realización de la inversión es criterio del inversionista.
- Si la TIR es menor que el costo de oportunidad o de capital se rechaza el proyecto (Pasaca, 2017).

Para calcular la TASA INTERNA DE RETORNO, se aplica la siguiente formula:

$$TIR = tm + DT \left(\frac{VAN Tm}{VAN Tm - VAN TM} \right)$$

En donde:

TIR = tasa interna de retorno

Tm = tasa menor de descuento para la actualización

DT = diferencia de tasas de descuento para actualización.

VAN Tm = valor actual a la tasa menor

VAN TM = valor actual a la tasa mayor

2.1.2.6.4. La relación beneficio- costo

De igual manera siguiendo a Pasaca (2017), este indicador permite medir el rendimiento que se obtiene por cada cantidad monetaria invertida, permite decidir si el proyecto se acepta o no en base al siguiente criterio:

- Si la relación ingresos / egresos es = 1 el proyecto es indiferente
- Si la relación es >1 el proyecto es rentable
- Si la relación es <1 el proyecto no es rentable

Para encontrar la relación beneficio costo utilizamos la siguiente formula

$$RBC = \left(\frac{\sum \text{Ingresos actualizados}}{\sum \text{costos actualizados}} \right) - 1$$

Para ello se procede de la siguiente manera

- Se toma los valores de costos e ingresos del presupuesto y se procede a actualizarlos a la tasa de descuento utilizada para el cálculo del VAN y la TIR.
- Se realiza la sumatoria de los valores actualizados,
- Se divide la sumatoria de ingresos actualizados para la sumatoria de los costos actualizados,
- A la resultante que es la RBC, se resta la unidad (1), que representa el desembolso realizado.

- El resultado significa la cantidad de unidades monetarias que se obtiene de beneficio por cada unidad monetaria invertida.

2.1.2.6.5. Análisis de sensibilidad

La finalidad del análisis de sensibilidad es medir en qué grado se altera la tasa de rentabilidad esperada de un proyecto frente al cambio imprevisto de una variable, asumiendo que el resto de variables permanezcan constantes (Pasaca, 2017).

El criterio de decisión basado en el análisis de sensibilidad es el siguiente:

- Si el coeficiente es mayor que 1 el proyecto es sensible, los cambios reducen o anulan la rentabilidad.
- Si el coeficiente es menor que 1 el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad.
- Si el coeficiente es igual a 1 no hay efectos sobre el proyecto

2.2. EL CAFÉ

El cafeto, perteneciente a la familia de las rubiáceas y, concretamente, al género *Coffea*, es un árbol de altura variable, con hojas opuestas, lanceoladas, persistentes y de un bello color verde intenso. Sus flores son blancas y aromáticas y su fruto, el café, es una baya de color rojo compuesta por dos núcleos. Su cultivo comercial se circunscribe a las franjas tropicales y, aunque existen un gran número de especies, solo 12 ofrecen interés desde el punto de vista agrícola. De estas, las de máxima relevancia por nivel de producción mundial son la *Coffea arabica* y la *Coffea canephora* (Garcia, 2014).

2.2.1. Historia del café

La historia sobre el origen del café alberga muchas leyendas, siendo la más conocida la del pastor Kaldi, que se remonta al siglo V de nuestra era. Este era un pastor etíope que, mientras sacaba a pastar su rebaño de cabras, observó cómo los animales se volvían más inquietos, nerviosos y activos después de ingerir los frutos y las hojas de una planta desconocida para él. Ante esto, el pastor decidió recoger esos frutos y llevárselos al imán de una mezquita próxima, quien decidió preparar esos frutos en infusión, fermentando las semillas, y preparándola con las hojas del cafeto. Al ver que sus efectos hacían que permaneciese despierto mucho tiempo, decidió ofrecerle esa bebida a sus discípulos, para que fuesen capaces de aguantar toda la noche orando. A partir de ahí el consumo de esta infusión se propagó por todo el territorio descubriéndose que a través del tueste de las mismas se obtenía una bebida mucho más sabrosa y de aroma agradable. Y aquí surge lo que hoy en día conocemos como el café, una bebida muy popular que rápidamente fue adquiriendo una fama notable (Candelas, 2013).

Ya para mediados del siglo XVI el consumo de café se había extendido por casi todo Oriente Medio; de hecho en Constantinopla (la actual Estambul) se creó el primer establecimiento que ofrecía café a sus clientes y en el que, además, se discutían asuntos de tipo político y/o cultural. Por otro lado, la llegada del café a Europa fue más bien tardía, ya que hasta el siglo XVII no se arraigó su consumo en este territorio, sin embargo, pronto se crearon lugares concretos en los que se ofrecía esta bebida: coffee house en Inglaterra, café en Francia y España y cafetería en Italia; más tarde, por su parte el cultivo de café en América se inicia en 1723 en la Martinica, después los portugueses lo llevan a Brasil. Paralelamente, a mediados del siglo XVII se lo introdujo en Guatemala y después

sucesivamente en Puerto Rico, Costa Rica, Venezuela, Colombia y Ecuador (Candelas, 2013).

Mientras tanto, en Europa el consumo de café aumentaba cada vez más, hasta el punto de que su precio se encareció, de tal manera que el mercado se vio obligado a comercializar sustitutos más baratos para que las familias menos adineradas pudiesen consumir un producto similar.. Esta escasa estabilidad dentro del sector industrial del café provocó la aparición de grandes compañías torrefactoras y comercializadoras que aún hoy en día continúan dominando el mercado mundial; se trata de multinacionales que se encuentran en continua lucha por la consecución del monopolio dentro de ese sector (Candelas, 2013).

Como podemos comprobar, económicamente desde hace años se ha intentado sacar beneficio al café a través de su compra-venta, pues siempre ha sido una bebida que ha causado y causa mucho interés. Su importancia económica es muy notable ya que existen muchos países productores de café cuya economía depende fundamentalmente de su exportación a los países consumidores, por eso el proceso de producción del café involucra a productores, comerciantes, etc. Sin embargo, su cultivo está muy influido por el mercado mundial, ya que su comercialización, como hemos podido ver a lo largo de su historia, se fue extendiendo hasta alcanzar a más de 50 países tanto pertenecientes al continente americano como al asiático o al africano (García, 2014).

Por otro lado, su producción necesita mucha mano de obra, tanto desde que se siembra hasta que se recoge, por lo que la importancia de esta práctica es más que evidente, ya que genera mucho empleo. Cabe destacar que actualmente el café, dentro del comercio internacional, es la segunda mercancía más importante después del petróleo. El café es

mucho más que una sencilla infusión de color negro. Detrás de esta bebida hay toda una cultura que se extiende por todo el mundo y que presenta matices muy diferentes. A esto hay que sumarle la importancia que el café se ha ido labrando a lo largo de la historia, pues alrededor de esta bebida se ha movido un grupo de personajes ilustres, se han hecho tertulias, literatura, política, música, así como reuniones de familias o amigos. Y es que nada es tan reconfortante como una buena taza de café (García, 2014).

2.2.2. Cultivo y recolección del café

El cultivo del café es permanente y su producción comienza cuatro años después de su siembra, prolongándose durante 40 años; por este motivo, es muy importante tener una buena planificación en la elección de variedades y desarrollo del cultivo (García, 2014).

Se puede resumir los procesos por los que pasa el café, desde que se planta la semilla hasta su ensacado, de la siguiente manera como lo indica García (2014):

-SIEMBRA. La semilla debe estar disponible con 8 meses de antelación, de los cuales pasará 2 meses en el germinador y 6 más en almácigo, en vivero. En este tiempo se preparará el terreno, adecuando la inclinación, así como la posición y la altura de las sombras, en función de la variedad elegida.

-CRECIMIENTO. Durante los primeros años de vida de la planta los cuidados deberán ser máximos, ya que de ello dependerá la posterior calidad y cantidad de la producción de café. Los insumos, los cuidados irán encaminados a la prevención de enfermedades, a la resistencia frente a las heladas y a las fuertes lluvias, capaces de estropear las plantas jóvenes. Este período durará unos 4 años, hasta que el cafeto alcance la madurez para comenzar a dar futo.

-PRODUCCIÓN. Los frutos del café no maduran todos al mismo tiempo, debido a que el arbusto florece varias veces al año; de hecho, es una de las pocas plantas que tiene simultáneamente floración y fruto. Inicialmente, la baya tiene un color verde intenso, que durante el desarrollo del fruto va cambiando a verde claro, amarillo y finalmente rojo. Esta última coloración indica que el mucílago está formado y que, por tanto, el grano está maduro y listo para su recolección.

-COSECHA. La calidad del café está íntimamente ligada a la forma en que se recolectan los frutos. Existen dos métodos para la recolección del grano: manual y mecánico; el primero es el idóneo para los cafés de más alta calidad, ya que se recogen únicamente los frutos que están en su punto óptimo y además este sistema no daña la planta. En este punto tiene lugar el beneficiado.

-BENEFICIADO. Es una transformación del grano en su estado más primario. Consiste en la serie de pasos a los que se somete el grano para eliminar todas sus capas de la forma más eficiente, sin afectar a su calidad y rendimiento. Se puede dar por la vía seca, la más tradicional, por secado al sol; o por la vía húmeda, que ofrecerá luego sabores más limpios y mayor complejidad de matices. El beneficiado por vía húmeda consta de los siguientes pasos: despulpado, fermentación, desmucilaginado, lavado y secado. A continuación se ensaca y almacena el grano, que ya está listo para su comercialización.

2.2.3. El café en Ecuador

En Ecuador, el cultivo de café inicia aproximadamente en 1860 en la Provincia de Manabí también llamada la Sultana del Café Ecuatoriano por la gran cantidad de café que produce al año. Actualmente Manabí es el mayor productor de café del Ecuador con más del 50% de

la producción del café del Ecuador, sin embargo no fue sino en 1970 que el Ecuador alcanzó sus máximos niveles de producción cafetera al igual que muchos países de Latinoamérica, sin embargo con el incremento de oferta la reducción de precios de café provocaron que exista una reducción en la cantidad de áreas cultivadas en el país (ForúmCafé, 2019).

2.2.4. El café en Loja

Parte del censo económico realizado en 1826 y 1827, en los anexos del artículo “La provincia de Loja en el siglo XIX, realizado por Ives Saint-Geours en la publicación “Cultura, Revista del Banco Central del Ecuador” publicada en 1983, se conoció que, en 1826 se registró un quintal de café en el cantón Cariamanga y ocho quintales de café en 1827; cuatro quintales en el cantón Zaruma y cuatro quintales en el cantón Catacocha, lo que implica que las matas de café se sembraron unos años antes. Pero, ¿por qué es importante esto?, no por discutir con nuestros hermanos manabitas o de otras regiones del Ecuador, sino, porque esto es parte de una gran respuesta que las mujeres y hombres enamorados del café en la región sur, de una u otra forma buscábamos. Algo que nos explique, por qué ese arraigo territorial y cultural, porque el café como otros cultivos y alimentos, lo sentimos tan nuestro y tan adentro en nuestras costumbres (Vivanco, 2018).

Estos registros del Censo Económico de mediados de la década de 1820, nos dicen, al menos por lo pronto que es muy posible que el café se cultivó en Loja, antes que en otros lados del país, por ello, las lojanas y lojanos, lo conocimos y nos familiarizamos tanto con él, lo hemos llevado y sembrado a donde hemos ido (Vivanco, 2018).

Sin embargo, estos datos son incipientes y esa es la intención de estas líneas, motivar a la gente de la provincia a investigar el tema, aportar con documentos, estudios, saberes, anécdotas, leyendas, entre otras fuentes, para construir la historia del café lojano, aquí algunas de las preguntas que deberíamos plantearnos:

- ¿De dónde vino el café a Loja: del norte o del sur?
- ¿Cuándo y en que sitio o sitios se realizaron las primeras plantaciones?
- ¿Cómo y dónde se distribuyó el cultivo a nivel provincial?
- ¿El café que se produjo, en donde se vendió?
- ¿Cuál fue la primera cafetería en la ciudad de Loja o en los cantones?
- ¿A qué otras provincias llevamos las semillas y lo cultivamos?

Estas preguntas entre otras requieren respuestas, haciendo que, los estudiosos e interesados en el sector agrario y las tradiciones lojanas, se plantearán muchas preguntas más, ya que, por ejemplo, están las alegrías y tristezas que han dado los precios del café, las de formas de preparación, las tecnologías usadas a través de los años, etc. Con el debido respeto a los investigadores e historiadores, aquí tenemos un desafío importante desde un punto de vista histórico, que además tiene aplicaciones prácticas, especialmente en este momento que se construye la denominación de origen del café lojano y en los varios concursos de Taza Dorada que hemos ganado, además que el café es muy apreciado por los turistas y está constituyéndose en un referente que interesa a los visitantes de nuestra ciudad y provincia (Vivanco, 2018).

2.2.5. Licor de café

2.2.5.1. Origen del licor de café

El origen de esta bebida, aunque algo difuso, se atribuye a la época de la revolución industrial de la zona de Alcoy (ciudad situado en la provincia de Alicante, España), cuando los trabajadores solían tomar el café que llevaban en sus termos con unas gotas de aguardiente. Este café, ya frío con el paso del tiempo, se empezó a hacer popular, apareciendo los primeros fabricantes que envasaban este tipo de bebida ya preparada. En el año de 1860 en Italia, surgen uno de los pioneros del licor de café, un hombre llamado Ugo Borghetti, quien al ver la necesidad de las personas por una bebida vigorizante que mantuviera el sabor aroma y propiedades del café y que además se pudiera tomar a cualquier hora del día, elaboró una receta propia creando así, un licor al que bautizó con su apellido, el nombre de esa bebida fue “Licor de Café Espresso Borghetti”, en la provincia de Arequipa obteniendo un gran potencial para poder desarrollar este producto y comercializarlo (Arnica & Rojas, 2015).

2.2.5.2. Producto licor de café

El licor de café es una clase de bebida alcohólica obtenida a través de un proceso de maceración, el cual consiste en la mezcla de etanol con café molido, al pasar por todo el proceso, se filtra y se obtiene como resultado un licor con todos los aromas y sabores propios del grano de café tostado (Huerta, 2016).

e. METODOLOGÍA

1. MATERIALES

Para la elaboración de la tesis se utilizó diversos materiales que sirvieron para la obtención, procesamiento, análisis e interpretación de la información, entre ellos:

- Computadora
- Impresora
- Flash
- Papel bond formato A4
- Libreta
- Esferográficos
- Internet

2. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Para desarrollar la presente investigación se utilizaron los métodos, técnicas y procedimientos recomendados por la metodología de la investigación científica que permitieron la recolección y acopio de la información necesaria para el desarrollo del proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de licor de café en la ciudad de Loja.

2.1. MÉTODO CIENTÍFICO

Se utilizó este método durante todo el desarrollo del proyecto puesto que se procedió a la observación sistemática, medición y la formulación; análisis y modificación de hipótesis.

2.1.1. Método deductivo

Se aplicó este método al momento de realizar la problemática, la introducción y los estudios de mercado, técnico, financiero y administrativo de la empresa, así como también se lo aplicó al momento de determinar las conclusiones y recomendaciones.

2.1.2. Método inductivo

Se lo aplicó al momento de determinar la oferta y la demanda del producto.

2.1.3. Método analítico

Se utilizó este método al momento de realizar el análisis de todas y cada una de las respuestas obtenidas de las encuestas realizadas a la ciudadanía lojana.

3. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1. BIBLIOGRÁFICA

Maneja información de libros, internet, folletos, revistas y otras publicaciones que sirvieron para armar el enfoque técnico en lo que concierne al marco referencial, teórico y conceptual. Se la utilizó en el desarrollo de la revisión de literatura.

3.2. ENCUESTA

Se aplicó la técnica de la encuesta la misma que se dirigió a la población lojana y se la aplicó a 382 personas aleatoriamente comprendidas en un rango de edad de 18 a 65 años con el fin de establecer los gustos y preferencias acerca del producto que se pretende ofrecer en el mercado, además de poder obtener información válida que permitió analizar, interpretar y detallar los datos más representativos en este proceso de estudio.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

Para la recopilación de la información de fuentes primarias previamente se determinó la población a investigar, desarrollándose el siguiente procedimiento: En primer lugar se determinó la segmentación; considerando que el segmento objetivo del presente proyecto constituyen potencialmente la población de hombres y mujeres de 18 a 65 años de edad, la misma que consta de 105.018 según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos en el año 2010, y proyectada para el presente año con una tasa de crecimiento del 2.65% anual consta de 132.891 habitantes en el año 2019. Los diferentes cálculos para la determinación de la población como de la muestra se los realizó de la siguiente manera:

$$Pf = Po (1 + i)^n$$

En donde:

Pf = población final (2019)

Po = Población inicial (2010)

i = tasa de crecimiento anual (2.65%)

n = periodo analizado 9 años

$$Pf = 105.018 (1 + 0,0265)^9$$

$$Pf = 105.018 (1.0265)^9$$

$$Pf = 105.018 (1.27)$$

$$Pf = 132.891$$

En la determinación del tamaño de la muestra se procedió a aplicar el método de muestreo aleatorio simple, aplicado a personas hombres y mujeres que comprenden edades desde los 18 años hasta los 65 años de edad de la ciudad de Loja para lo cual se utilizó la siguiente fórmula y así determinar el tamaño de la muestra:

FÓRMULA:

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

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la Población

Z= Nivel de confianza

P= Probabilidad de éxito

Q= Probabilidad de fracaso

e = margen de error del 5% = 0.05

Muestra

$$n = \frac{1,96^2 * 132.891 * 0,5 * 0,5}{0,05^2(132.891 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

n= 127.628,52 / 333,19

n= 382.05

n= 382 Encuestas

Una vez aplicada la fórmula se obtiene como resultado que se deben aplicar un total de 382 encuestas a la población objetivo.

4. PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación que tiene como objetivo la creación de una empresa productora y comercializadora de licor de café en la ciudad de Loja, mediante los métodos inductivo, deductivo y analítico primero se procedió a recopilar información que mediante la elaboración y aplicación de las técnicas como la encuesta permitió determinar el estudio de mercado en la ciudad de Loja, con una población comprendida entre los 18 y 65 años de edad, para con ello posteriormente encontrar la demanda del producto, además, de establecer la oferta mediante una encuesta realizada a las diferentes licoreras de la ciudad de Loja y a los propietarios de la empresa "Vinos y Licores del Sur", con la proyección de los datos obtenidos se obtuvo la demanda insatisfecha, teniendo así el estudio de mercado en primera instancia.

Consecutivamente, para el estudio técnico se realizó la descripción del proceso de producción, tiempos de producción, balance de materia prima, balance de personal, determinación de activos fijos, capacidad instalada, capacidad utilizada, localización del proyecto. En el estudio organizacional se determinó la estructura de la empresa, niveles jerárquicos, organigramas, manual de funciones y finalmente para el estudio financiero se determinó la inversión total del proyecto además de la entidad financiera donde se realiza el préstamo definiendo el interés, estado de pérdidas y ganancias, punto de equilibrio, flujo de caja, valor actual neto, tasa interna de retorno, relación beneficio costo, periodo de recuperación de capital, y análisis de sensibilidad.

f. RESULTADOS

Para determinar los resultados de la investigación se realizaron 382 encuestas a los habitantes de la ciudad de Loja, hombres y mujeres de 18 a 65 años de edad, la tabulación a cada una de las preguntas con el respectivo cuadro y gráfico y finalmente con el análisis e interpretación.

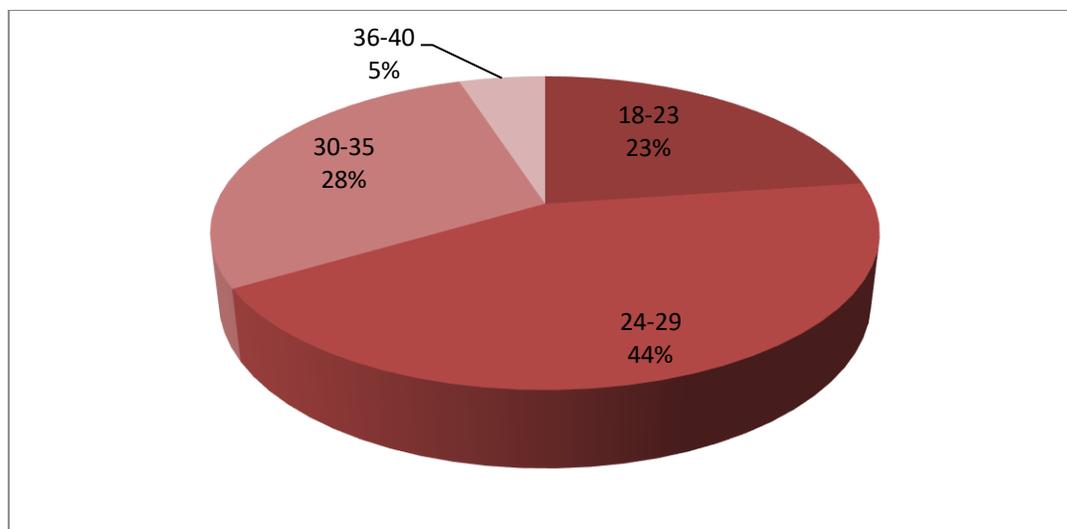
1. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LA POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE LA CIUDAD DE LOJA

1. ¿Edad?

Tabla 2. *Edad de la población encuestada.*

DETALLE	F	%
18-23	87	23%
24-29	167	44%
30-35	109	28%
36-40	19	5%
TOTAL	382	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas.



Gráfica 1. *Edad de la población encuestada*

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas.

Análisis e interpretación:

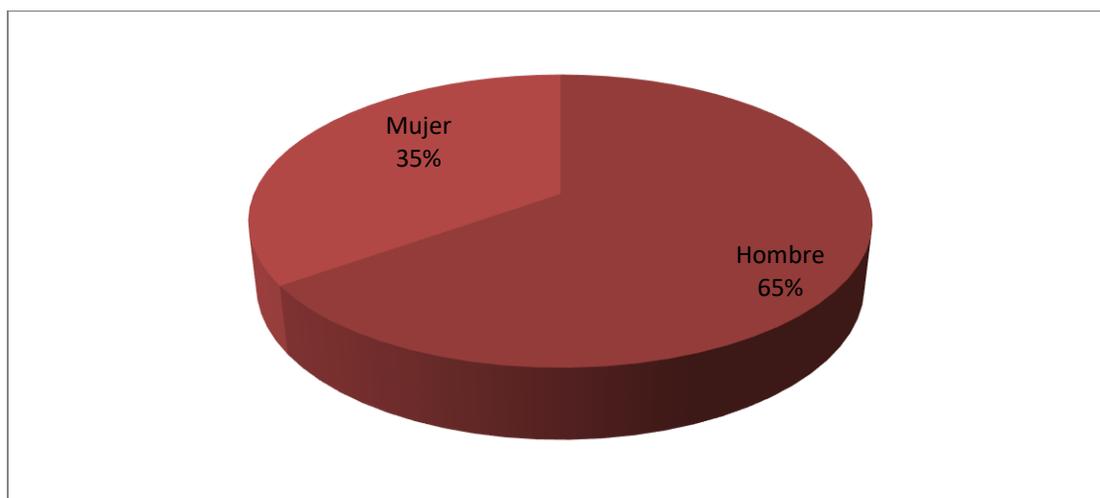
De acuerdo a los resultados obtenidos, del total de la población el 23% está constituido entre 18 y 23 años de edad; el 44% entre 24 y 29 años de edad; el 28% entre 30 y 35 años de edad y el 5% entre 36 y 40 años de edad,

2. ¿Género?

Tabla 3. *Género de la población encuestada*

DETALLE	F	%
Hombres	249	65%
Mujeres	133	35%
TOTAL	382	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas.



Gráfica 2. *Género de la población encuestada*

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas.

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos, se tiene que de los 382 encuestados que corresponden el 100%, 249 personas pertenecen al género masculino representando el 65% de los encuestados, mientras, que el género femenino representa el 35% con un total de 133

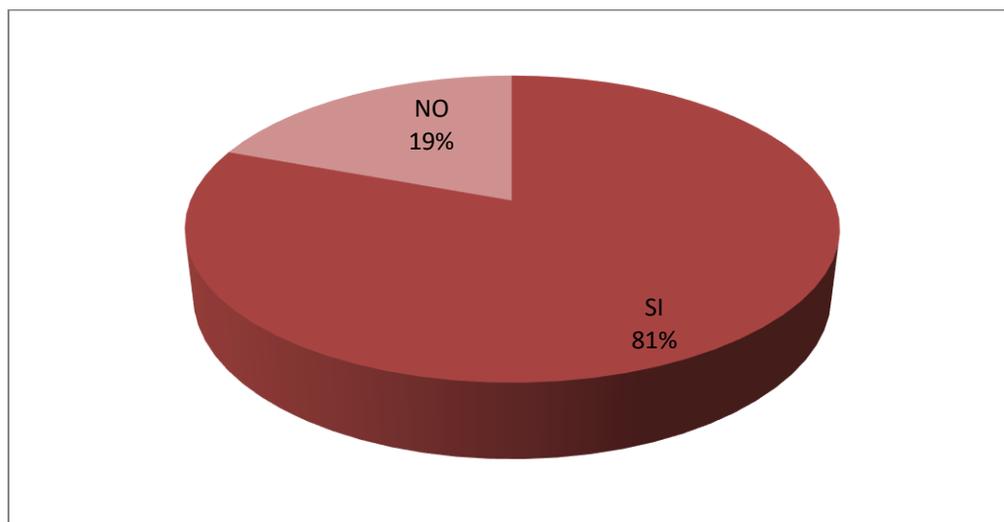
mujeres encuestadas. Con los respectivos resultados se determina que la población objetiva a consumir en mayor cantidad el producto de licor de café sería el masculino, por lo que se debería mejorar la publicidad, con el fin de lograr un alcance más equitativo entre ambos géneros y el mercado no se limite a uno solo.

3.- ¿Consume Licor?

Tabla 4. Consumo de licor.

DETALLE	F	%
SI	308	81%
NO	74	19%
TOTAL	382	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas.



Gráfica 3. Consumo de licor

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas.

Análisis e interpretación

De los 382 encuestados que representan el 100% de la población, 308 afirman consumir alcohol, significando el 81% del total encuestado siendo así un valor bastante considerable que ingiere bebidas alcohólicas, haciendo alusión a la gran acogida que tendrá el licor de

café en el mercado si es puesto en ejecución el proyecto. Por otro lado, tan solo el 19% negaron consumir alcohol.

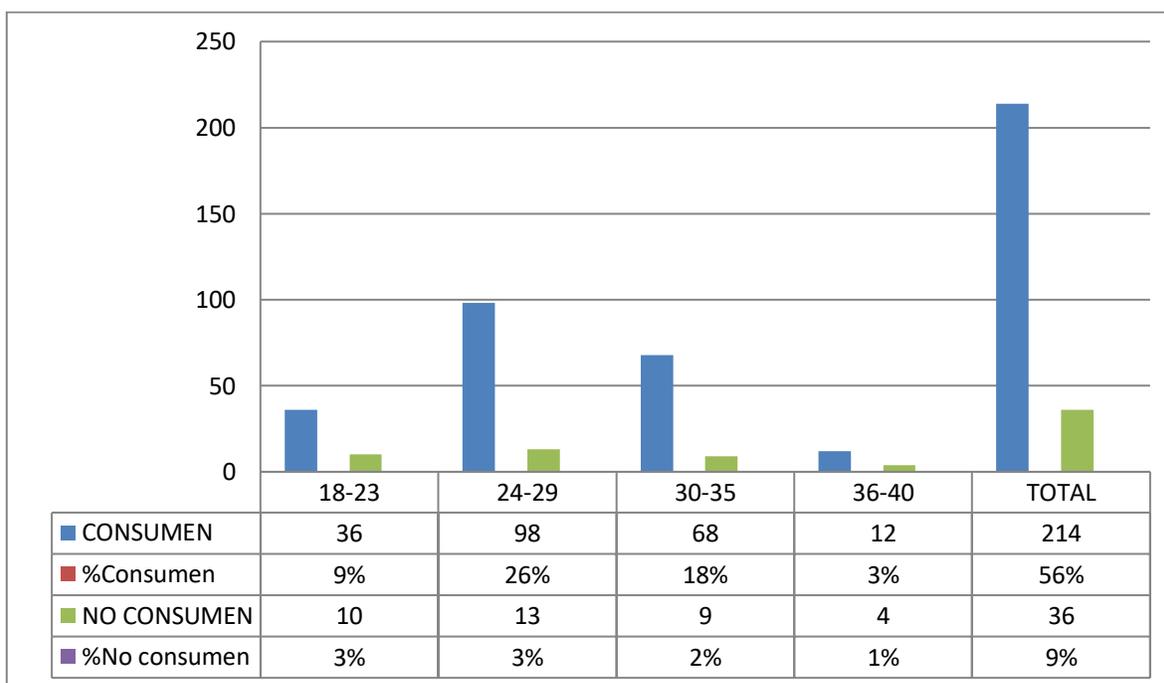
Para una mejor visualización de los resultados anteriores, a continuación se procedió a separar los resultados de los hombres con el de las mujeres, para determinar de mejor manera el consumo de licor y en que rango de edad es mayor el mismo.

Edad / Genero / Consumo de Licor

Tabla 5. *Edad / Genero / Consumo de Licor (HOMBRES)*

HOMBRES	CONSUMEN	%	NO CONSUMEN	%
18-23	36	9%	10	3%
24-29	98	26%	13	3%
30-35	68	18%	9	2%
36-40	12	3%	4	1%
TOTAL	214	56%	36	9%

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas.



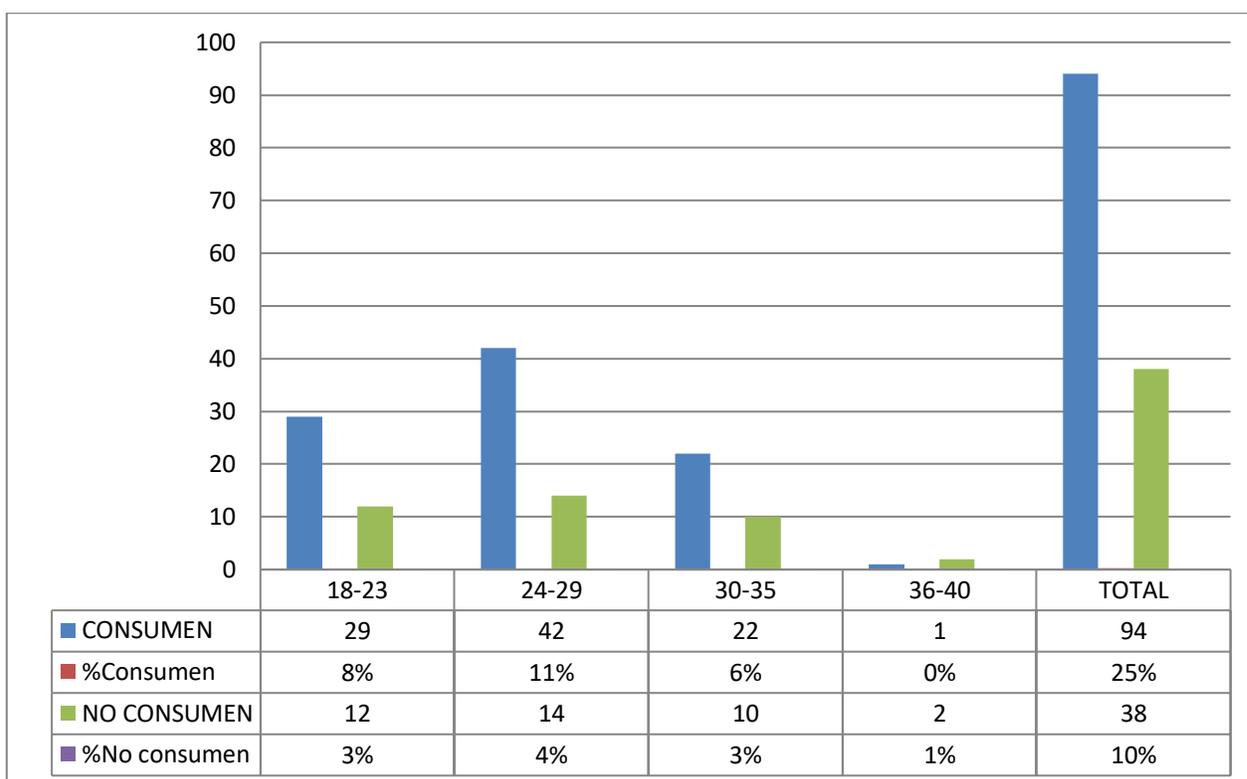
Gráfica 4. *Edad / Genero / Consumo de Licor (HOMBRES)*

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas.

Tabla 6. Edad / Genero / Consumo de Licor (MUJERES).

MUJERES	CONSUMEN	%	NO CONSUMEN	%
18-23	29	8%	12	3%
24-29	42	11%	14	4%
30-35	22	6%	10	3%
36-40	1	0%	2	1%
TOTAL	94	25%	38	10%
	308	81%	74	19%
	382	100%		

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas.

**Gráfica 5.** Edad / Genero / Consumo de Licor (MUJERES).

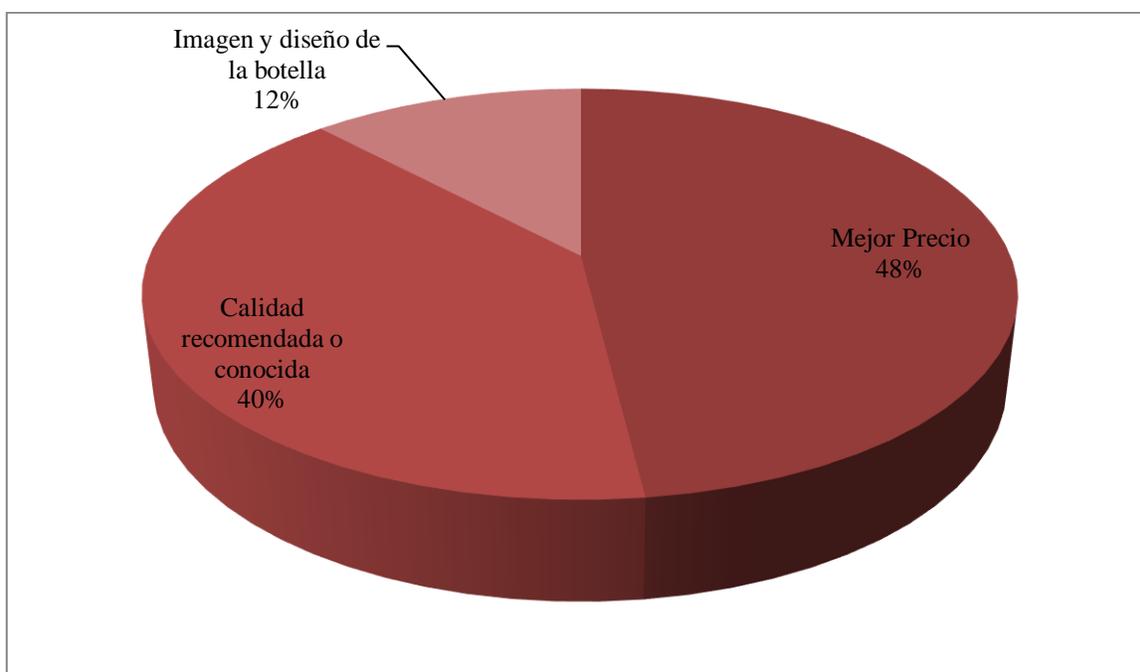
Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas.

4.- ¿Al momento de elegir su licor, cuál es su preferencia?

Tabla 7. Preferencia.

DETALLE	F	%
Mejor precio	148	48%
Calidad recomendada o conocida	123	40%
Imagen y diseño de la botella	37	12%
TOTAL	308	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas.



Gráfica 6. Preferencia.

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas.

Análisis e interpretación

El 100% de los encuestados corresponden a 308 personas, de las cuales 148 que representan el 48% del total, expresan que al momento de elegir su licor lo hacen basándose en el precio que se ajuste mejor a su economía, sin embargo a la par se tiene que el 40 % de

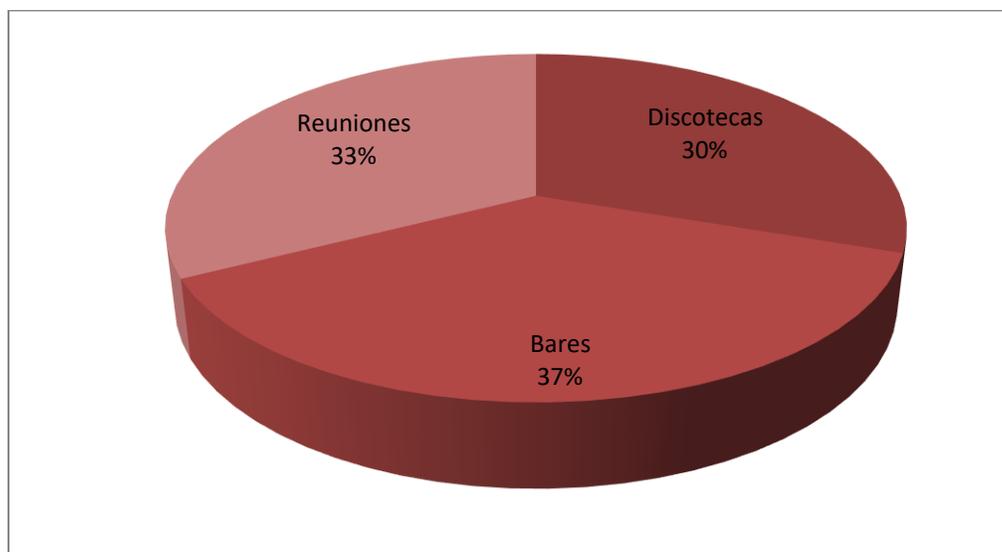
los encuestados prefiere elegirlo por su calidad ya reconocida, la cual influye de manera considerable ya en un mercado establecido como lo es el de las bebidas alcohólicas, por lo que al momento de ejecutar el proyecto se debe reforzar la publicidad, recomendaciones y reseñas del producto puesto que influirá en gran magnitud en los potenciales compradores. Finalmente solo el 12% de los encuestados indica que al momento de comprar una bebida alcohólica lo hace basándose en la imagen y diseño que posea la botella. Concluyendo en que se debe trabajar en la calidad del producto más que en su presentación.

5.- ¿En qué lugares frecuenta su consumo?

Tabla 8. *Lugares frecuentes de consumo.*

DETALLE	F	%
Discotecas	93	30%
Bares	115	37%
Reuniones sociales(amigos)	100	33%
TOTAL	308	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas.



Gráfica 7. *Lugares frecuentes de consumo*

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas.

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos del total de la población de 308 encuestados que consume licor, el 30% es decir 93 personas manifestaron que su lugar frecuente de consumo es en discotecas; mientras que para el 37% lo es en bares y el 33% en reuniones. A pesar de que no existe una brecha muy marcada entre los resultados, se puede concluir que un lugar a considerar para expender el licor de café sería los bares, seguido por las discotecas, lugares propios de gran acogida por la población para sus momentos de ocio y diversión, pudiendo ser estos canales de distribución del producto.

6.- ¿Le gustaría consumir Licor de Café?

Tabla 9. *Consumo de licor de café.*

DETALLE	F	%
SI	249	81%
NO	59	19%
TOTAL	308	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas.

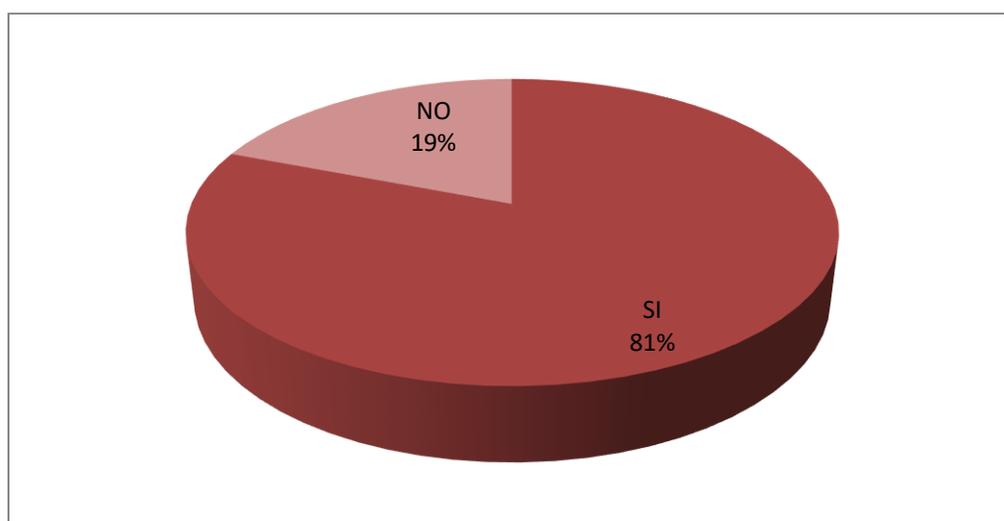


Gráfico 8. *Consumo de licor de café.*

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas.

Análisis e interpretación

Con respecto a que si las personas consumirían licor de café, de acuerdo a los resultados obtenidos del total de la población de 308 personas que consumen licor, el 81% manifestó que le gustaría consumir Licor de café, mientras, que el 19% indica que no lo consumiría. De estos resultados se destaca la gran predisposición de la población con respecto al consumo del producto, reflejando que es una bebida alcohólica que están dispuestos a adquirir, conllevándonos cada vez más a pensar en la gran acogida que tendría el producto, pudiéndose posicionar en el mercado.

7.- ¿Con que frecuencia consumiría Licor de Café?

Tabla 10. *Frecuencia de Consumo*

DETALLE	F	%
Quincenalmente	55	52%
Mensualmente	153	44%
Trimestralmente	41	4%
TOTAL	249	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas.

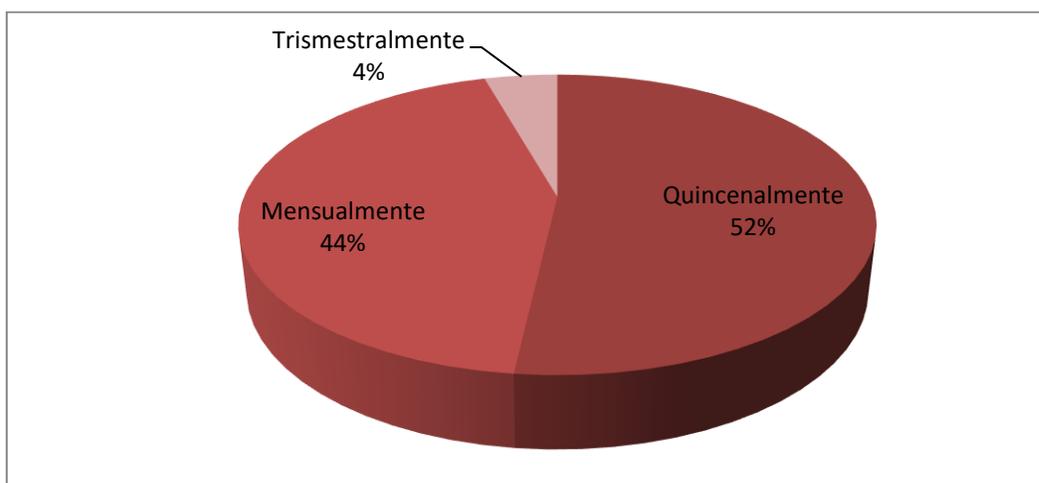


Gráfico 9. *Frecuencia de Consumo*

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas.

Análisis e interpretación

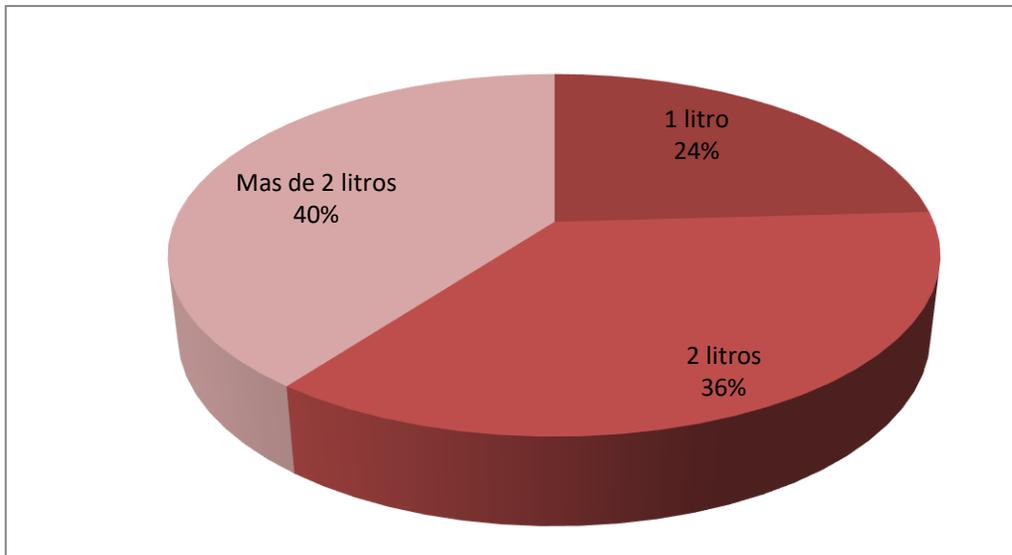
De acuerdo a los resultados obtenidos del total de la población que le gustaría consumir Licor de Café que corresponde a los 246 encuestados que mencionaron que si consumirían el producto, el 52% manifestó que su frecuencia de consumo sería quincenalmente; mientras, que el 44% lo haría mensualmente y el 4% tan solo lo haría trimestralmente. Teniendo resultados favorables de acuerdo a las ventas que se podría alcanzar con un consumo quincenal del producto, aunque se aspiraría a un consumo diario, sin embargo por ser un producto nuevo en el mercado el período de consumo por parte de la población es positivo.

8.- ¿Qué cantidad de licor consumiría de acuerdo a la frecuencia?

Tabla 11. *Consumo de Licor según la frecuencia.*

DETALLE	F	%
1 litro	60	24%
2 litros	90	36%
Más de 2 litros	99	40%
TOTAL	249	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas.



Gráfica 10. *Consumo de Licor según la Frecuencia*
Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas.

Análisis e interpretación

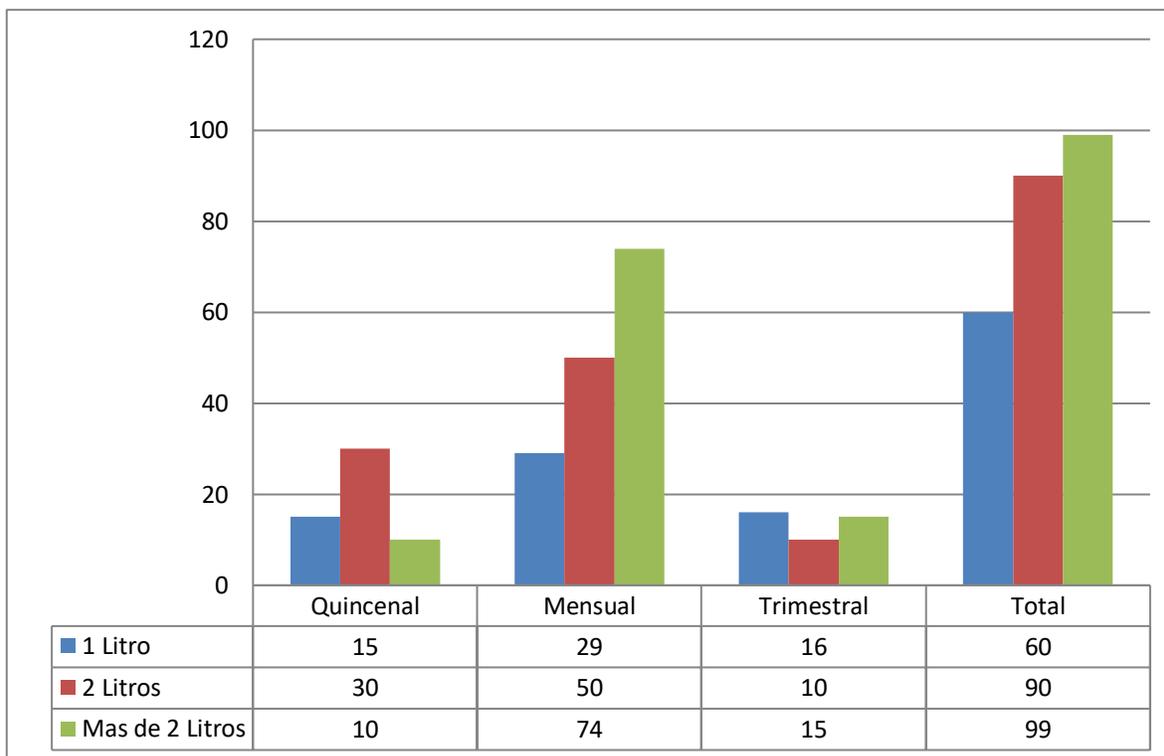
De las 249 personas que consumirían el licor de café, el 24% le gustaría consumir 1 litro del producto de acuerdo a la frecuencia, teniendo por otro lado el consumo de 2 litros por parte del 36% del total y un consumo de más de 2 litros por parte del 40% restante de los encuestados. A pesar que el consumo del licor ha tenido sus declives a lo largo del tiempo, este ha ido en crecimiento y su consumo no se arraigado por otros factores ya sea económicos, sociales, culturales, etc., por lo que podemos estar seguros que es un mercado activo aunque con mucha competitividad, por lo que invertir en el proyecto con clientes potenciales de consumo de más de dos litros de licor es favorable y estimulante ante posibles inversionistas que deseen ejecutar el proyecto.

De igual manera, para una mejor visualización y entendimiento de la cantidad de licor de acuerdo a la frecuencia de consumo que estaría dispuesta la población, se presenta a continuación la Tabla 12 y Gráfica 11:

Tabla 12. Cantidad de Licor de acuerdo a la frecuencia de consumo

FRECUENCIA/CONSUMO	1 Litro	2Litros	Más de 2 Litros
Quincenal	15	30	10
Mensual	29	50	74
Trimestral	16	10	15
TOTAL	60	90	99

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas.

**Gráfica 11.** Cantidad de Licor de acuerdo a la frecuencia de consumo

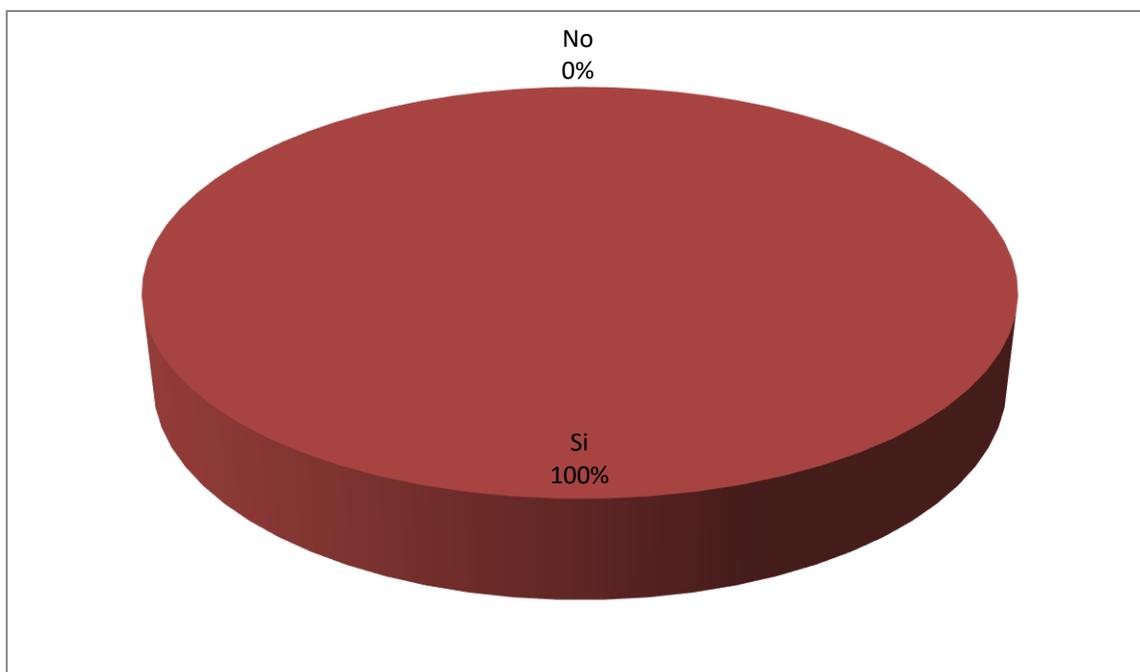
Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas.

9.- ¿En caso de que se creara una empresa productora y comercializadora de licor de café, estaría dispuesto a adquirir el producto?

Tabla 13. *Personas que adquirirían nuestro producto.*

DETALLE	F	%
Si	249	100%
No	0	0%
TOTAL	249	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas.

**Gráfico 12.** *Personas que adquirirían nuestro producto*

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas.

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos del total de la población que le gustaría consumir licor de café, el 100% de los encuestados manifestó que estaría dispuesto a adquirir el producto. Siendo un aspecto muy positivo a nuestro favor, sin embargo con la presión de producir un producto innovador, de calidad que llegue a posicionarse en el mercado como marca reconocida, sin terminar siendo un producto de vida corta.

10.- ¿En qué presentación le gustaría adquirir el producto?

Tabla 14. *Presentación del producto.*

DETALLE	F	%
Envase de vidrio de ½ litro	41	16%
Envase de vidrio de 1 litro	208	84%
TOTAL	249	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas.

**Gráfico 13.** *Presentación del producto.*

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas.

Análisis e interpretación

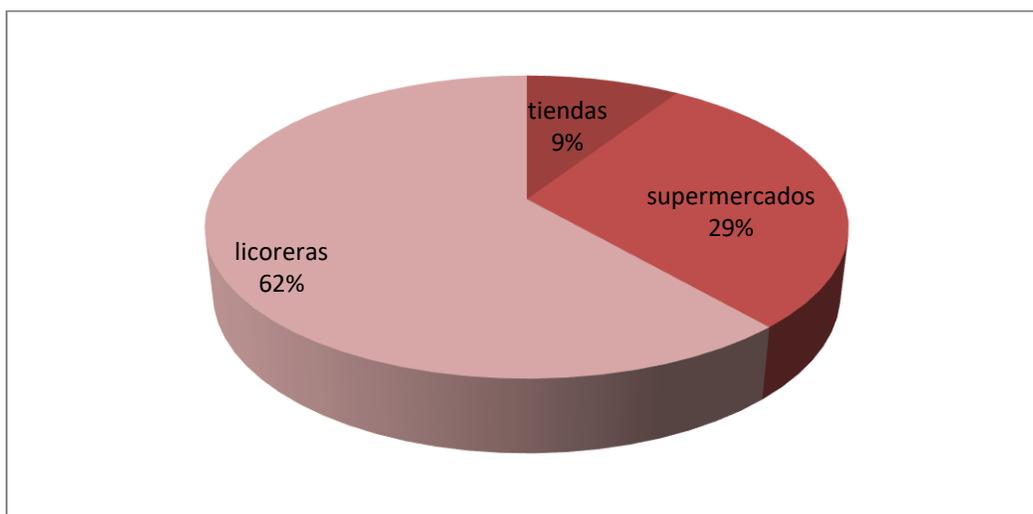
De acuerdo a los resultados obtenidos del total de la población que estaría dispuesto a adquirir el producto, el 16% tiene preferencia por un envase de vidrio de ½ litro, mientras que el 84% prefiere un envase de vidrio de 1 litro. Resultados que nos sirven de referente para el diseño del envase donde ira el licor de café, aspecto muy importante ya que el tamaño de 1 litro satisface la necesidad del consumidor, evitando así, un desperdicio del producto en otro tamaño de presentación ya que no tendría gran acogida.

11.- ¿En dónde le gustaría adquirir el producto?

Tabla 15. *Lugar para adquirir el producto.*

DETALLE	F	%
Tiendas	23	9%
Supermercados	73	29%
Licoreras	153	62%
TOTAL	249	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas.

**Gráfico 14.** *Lugar para adquirir el producto.*

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas.

Análisis e interpretación

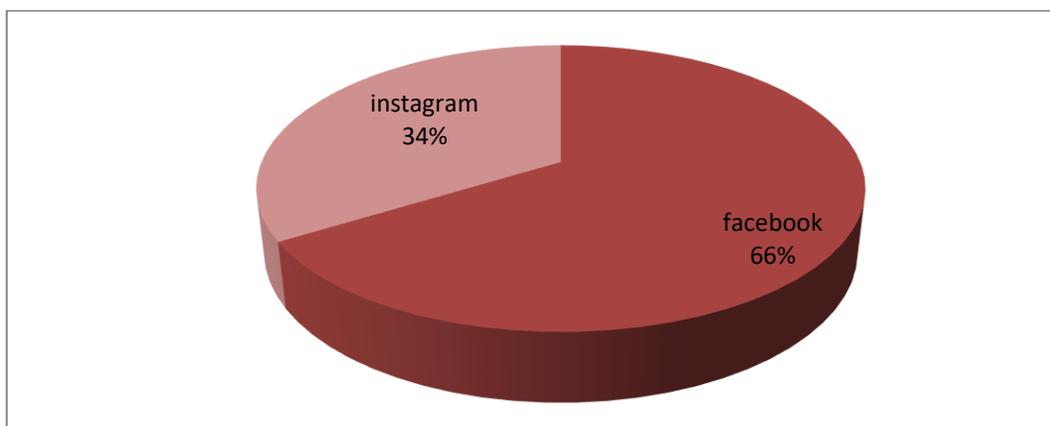
Con respecto a los resultados del lugar para adquirir el licor de café, se obtuvo, que el 9% del total de la población estaría dispuesto a adquirir el producto en tiendas, el 29% en supermercados, mientras que la mayoría es decir el 62% lo haría en licoreras. Por lo tanto las licoreras serán el punto de ventas más importantes del licor de café, seleccionando estratégicamente a las mismas con el fin de obtener un mayor número de ventas del producto, tomando en cuenta su ubicación, reconocimiento, etc.

12.- ¿Mediante qué redes sociales le gustaría conocer el producto?

Tabla 16. *Redes Sociales.*

DETALLE	F	%
Facebook	165	66%
Instagram	84	34%
TOTAL	249	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas.



Gráfica 15. *Redes sociales*

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas.

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos del total de la población que estaría dispuesto a adquirir el licor de café, el 66% le gustaría conocer el producto mediante Facebook y el 34% mediante Instagram. Por lo que la publicidad debe centrarse en la red social Facebook ya que a pesar de existir varias redes, aun con el tiempo está sigue liderando como medio de mayor uso por la población, pero no debemos dejar de lado Instagram que a pesar que solo el 34% le gustaría conocer el producto por ese medio, no dejan de ser consumidores potenciales y en el mercado lo preferente es abordar y satisfacer a todos los consumidores,

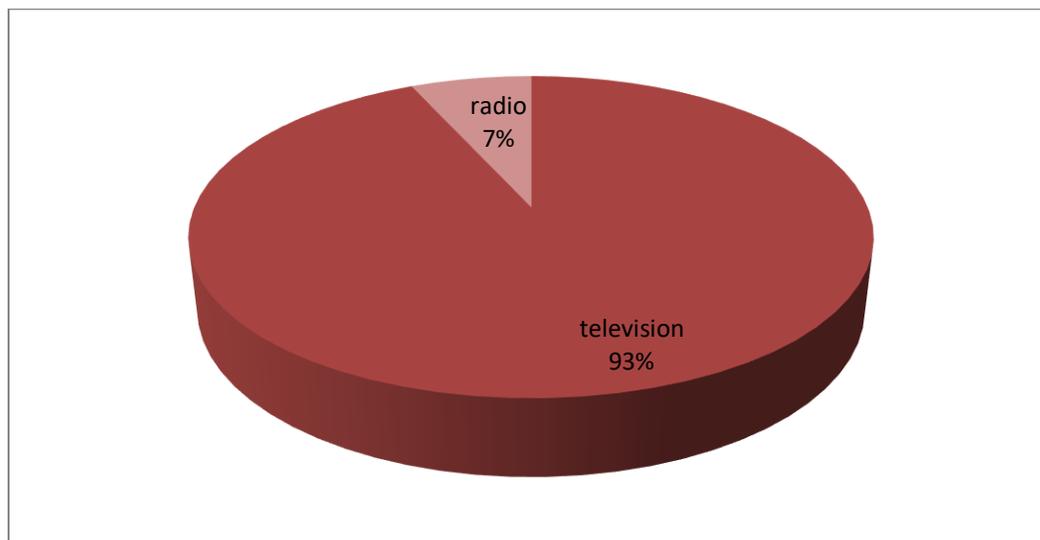
por tanto se podría destinar un mayor gasto a la red social Facebook, pero se podría destinar un poco a otras redes sociales.

13.- ¿Por qué medios de comunicación le gustaría conocer el producto?

Tabla 17. Medios de Comunicación

DETALLE	F	%
Televisión	232	93%
Radio	17	7%
TOTAL	249	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas.



Gráfica 16. Medios de Comunicación

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas.

Análisis e interpretación

Referente a los medios de comunicación por los cuales la población encuestada estaría dispuesta a adquirir el producto, se tiene que el 93% le gustaría conocerlo por medio de la televisión, mientras que el 7% por medio de la radio. A pesar de ser medios que se podría

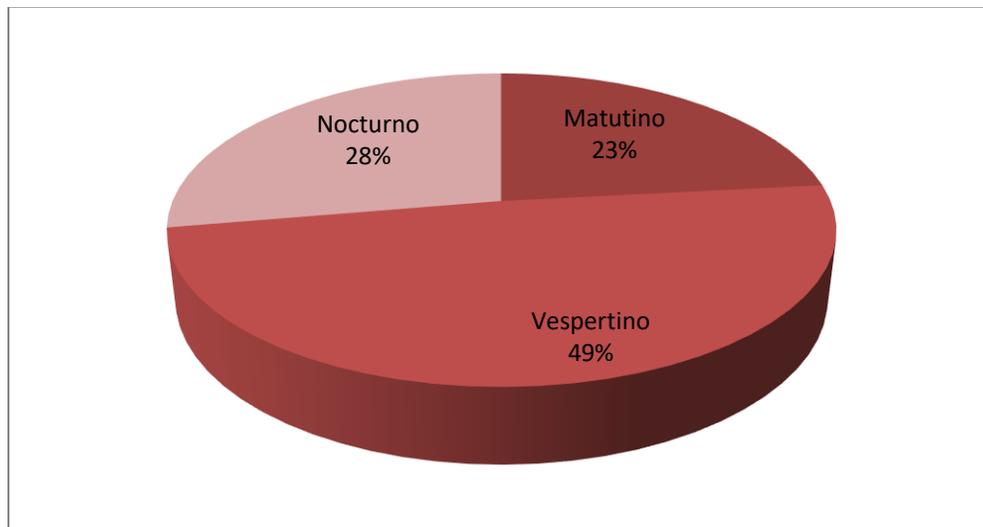
considerar ya obsoletos por el predominio que tiene el internet en la vida de las personas actualmente no dejan de ser medios por los cuales, los ofertantes siguen promocionando sus productos, por lo que ofertar el producto principalmente por la televisión según los resultados sigue siendo un canal viable de publicidad.

14.- ¿En qué horario le gustaría conocer el producto?

Tabla 18. *Horario.*

DETALLE	F	%
Matutino	58	23%
Vespertino	122	49%
Nocturno	69	28%
TOTAL	249	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas.



Gráfica 17. *Horario*

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas.

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos del total de la población que estaría dispuesto a adquirir el producto, el 23% manifestó que le gustaría conocer el producto en horario matutino, el 49% en horario vespertino y el 28% en horario nocturno. Conociendo así, que la población tendría mejor aceptación de conocer el licor en horario de la tarde, siendo congruente, al estilo de vida de la población lojana, que debido a sus actividades laborales no podrían conocer de mejor manera el producto por la mañana y por la noche se les complicaría por el hecho ya de solo ir a descansar, por lo que determinar el horario justo para ofertar el producto es un aspecto muy relevante para su venta.

g. DISCUSIÓN

El estudio de mercado es la recopilación, análisis y proyección de datos sobre la demanda y oferta del mercado. En esta parte el estudio de mercado se hace necesario un diagnóstico de los principales factores que inciden sobre los productos en el mercado, esto es: precio, calidad, canales de comercialización, publicidad, plaza, promoción, etc.; esto permitirá conocer el posicionamiento del producto en su fase de introducción en el mercado

Mediante las encuestas aplicadas a la ciudadanía lojana se ha obtenido los siguientes resultados: el 81% de la población comprendida entre los 18 y 65 años de edad consume licor; el 81% de la población que consume licor manifestó que le gustaría consumir licor de café y el 100% de la población que le gustaría consumir licor de café estaría dispuesto a adquirir el producto en caso de que se creara una empresa productora y comercializadora de

licor de café, en su gran mayoría prefieren que el envase del producto sea de 1 litro y que lo adquirirían en los supermercados y licorerías principalmente; por medio de las redes sociales de Facebook e Instagram la población conocería mejor el producto así como también en el medio de comunicación de la televisión en horario matutino vespertino y nocturno.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LICOR DE CAFÉ EN LA CIUDAD DE LOJA.

1. ESTUDIO DE MERCADO

1.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

DEMANDA POTENCIAL

Para determinar la demanda potencial se tomó en cuenta la población de hombres y mujeres de 18 a 65 años de edad.

Para el presente proyecto la demanda potencial se estableció tomando en cuenta los datos obtenidos anteriormente, mediante la cual el 81% de la población manifiesta que si

consume licor (68% hombres y 32% mujeres) por lo tanto para el año 0 la demanda potencial sería de:

132.891 habitantes * 81% = 107.642 demandantes potenciales.

Tabla 19. *Demanda Potencial.*

Año	Población (18-65 años) 2,65%(tasa de crecimiento anual)	Demanda potencial 81%
0	132891	107642
1	136413	110494
2	140028	113422
3	143738	116428
4	147547	119513
5	151457	122680

Fuente: Datos de la encuesta (pregunta N°3).

Elaboración: Luis Calderón

DEMANDA REAL

Para determinar la demanda real se tomó en cuenta la información obtenida anteriormente, en donde el 81% de la demanda potencial manifiesta que le gustaría consumir licor de café, por lo tanto el 81% de la demanda potencial sería la demanda real del proyecto; entonces en la ciudad de Loja la población de 18 a 40 años de edad que tiene una demanda potencial de 107.642 habitantes el 81% determina que 87.190 personas consumirían licor de café (72% hombres y 28% mujeres).

Tabla 20. *Demanda Real.*

Año	Demanda potencial	Demanda real 81%
0	107642	87190

1	110494	89500
2	113422	91872
3	116428	94307
4	119513	96806
5	122680	99371

Fuente: Datos de la encuesta (pregunta N° 6).

Elaboración: Luis Calderón

DEMANDA EFECTIVA

Para determinar la demanda efectiva se tomó en cuenta la información obtenida anteriormente mediante la cual dice que de la demanda real del presente proyecto el 100% de las personas que manifestaron les gustaría consumir licor de café están de acuerdo con la creación de una empresa productora y comercializadora del mismo, entonces si la población de la ciudad de Loja que le gustaría consumir licor de café es de 87.190 personas, el 100% sería el mismo total de personas dispuestas a comprar el producto en la nueva empresa de licor de café (72% hombres y 28% mujeres).

Tabla 21. *Demanda Efectiva.*

Año	Demanda real	Demanda efectiva 100%
0	87190	87190
1	89500	89500
2	91872	91872
3	94307	94307
4	96806	96806
5	99371	99371

Fuente: De la encuesta (pregunta N° 9).

Elaboración: Luis Calderón

CONSUMO PER CAPITA

Para determinar el consumo per cápita se tomó en cuenta la información obtenida anteriormente y se procedió a realizar el cálculo correspondiente:

Tabla 22. *Consumo Per cápita.*

FRECUENCIA/CONSUMO	1 Litro	2Litros	Más de 2 Litros(3 lt)	Total(lt por mes)
Quincenal	15	30	10	210
Mensual	29	50	74	351
Trimestral	16	10	15	27
TOTAL	60	90	99	588

Fuente: Datos de la encuesta (pregunta N° 7 y 8)

Elaboración: Luis Calderón

Para calcular el valor de consumo per cápita se procedió de la siguiente manera:

Para las 15 personas que consumen 1 litro de licor quincenalmente da un total de 15 litros de licor consumidos en ese tiempo, para las 30 personas que consumen 2 litros de licor quincenalmente da un total de 60 litros de licor consumidos en ese tiempo, y para las 10 personas que consumen 3 litros de licor quincenalmente da un total de 30 litros de licor consumidos en ese tiempo, dando así un total de 105 litros de licor consumidos quincenalmente; como el consumo per cápita se lo analiza mensualmente los 105 litros de licor consumidos en ese tiempo se lo multiplica por 2 dando un total de 210 litros de licor mensuales.

Para las 29 personas que consumen 1 litro de licor mensualmente da un total de 29 litros de licor consumidos en ese tiempo, para las 50 personas que consumen 2 litros de licor mensualmente da un total de 100 litros de licor consumidos en ese tiempo, y para las 74 personas que consumen 3 litros de licor mensualmente da un total de 222 litros de licor consumidos en ese tiempo, dando así un total de 351 litros de licor consumidos mensualmente.

Para las 16 personas que consumen 16 litros de licor trimestralmente da un total de 16 litros de licor consumidos en ese tiempo, para las 10 personas que consumen 2 litros de licor trimestralmente da un total de 20 litros de licor consumidos en ese tiempo, y para las 15 personas que consumen 3 litros de licor trimestralmente da un total de 45 litros de licor consumidos en ese tiempo, dando así un total de 81 litros de licor consumidos trimestralmente; como el consumo per cápita se lo analiza mensualmente los 81 litros de licor consumidos en ese tiempo se lo divide para 3 dando un total de 27 litros de licor mensuales.

En base a los resultados del cuadro anterior se deduce que la demanda potencial mensual será de 588 unidades de licor de café de 1 litro que serán adquiridos por los habitantes de la ciudad de Loja mensualmente.

$588 \text{ unidades de licor de café} / 249 \text{ demanda efectiva} = 2,36 = \mathbf{2 \text{ litros de licor consumidos mensualmente.}}$

DEMANDA FUTURA

Para determinar la demanda futura se multiplica el consumo per cápita de licor de café que es de 2 por la demanda efectiva del cuadro número 20, obteniendo el siguiente resultado:

$2 * 87190 = 174.380$ unidades de licor de café para el año 0, luego se proyecta para los 5 años de vida útil con una tasa de crecimiento del 2,65% que es la tasa de crecimiento poblacional según el INEC, obteniendo:

Tabla 23. *Demanda efectiva en unidades.*

AÑO	DEMANDA EFECTIVA	CONSUMO PERCAPITA	D. EFECTIVA EN UNIDADES
0	87190	2	174.380
1	89500	2	179.000
2	91872	2	183.744
3	94307	2	188.614
4	96806	2	193.612
5	99371	2	198.742

Fuente: Tabla N° 21 y 22.

Elaboración: Luis Calderón

1.2 ANALISIS DE LA OFERTA

OFERTA ACTUAL

La oferta del producto "LICOR DE CAFÉ" está determinada por la cantidad de venta de botellas ofrecidas por la empresa VINOS Y LICORES DEL SUR y por las diferentes LICORERAS en la ciudad de Loja.

TASA DE CRECIMIENTO DE LA OFERTA

Para determinar la tasa de crecimiento de la oferta se tomó en cuenta las ventas de LICOR DE CAFÉ de los años 2018 y 2019 que ofrece la empresa VINOS Y LICORES DEL SUR y las diferentes LICORERAS de la ciudad de Loja, luego se realizó la sumatoria de las ventas y del valor total de ventas realizadas en estos años, se procedió a determinar la tasa de crecimiento de la oferta así como se indica a continuación:

Tabla 24. *Total de Ventas.*

Empresa/Año	Venta de Botellas de Licor de Café (lt)
--------------------	--

	AÑO 2018	AÑO 2019
Vinos y Licores del Sur	600	660
Licoreras de Loja	360	420
TOTAL	960	1080

Fuente: Empresas que ofrecen licor de café en la ciudad de Loja

Elaboración: Luis Calderón

Tabla 25. *Tasa de Crecimiento.*

Ventas/Año	Año 2018	Año 2019	Taza de Crecimiento
VENTAS TOTALES	960	1080	12,5%

Fuente: Tabla N° 24

Elaboración: Luis Calderón

La tasa de crecimiento anual de la oferta es de 12.5%

ESTIMACION DE LA OFERTA

Para la proyección de la oferta del producto se tomó como base las ventas realizadas en el año 2019 y luego se incrementó la tasa de crecimiento del 12.5% y se obtuvo el siguiente resultado:

Tabla 26. *Proyección de la oferta*

Año	Oferta (botellas de 1lt)
0	1215
1	1367
2	1538
3	1730
4	1946
5	2189

Fuente: Tabla N° 25

Elaboración: Luis Calderón

1.3 ANALISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA

Este análisis de oferta y demanda, permitiría determinar la demanda insatisfecha para el producto que se va a ofrecer.

Como se pudo determinar en el estudio de la oferta, existe una empresa que ofrecen licor de café así como también las diferentes licoreras de la ciudad de Loja, por lo tanto el análisis entre la oferta y demanda están determinadas en base a la oferta de la empresa que ofrece licor de café y las licoreras de la ciudad de Loja; y la demanda en base a lo obtenido de las encuestas aplicadas a la ciudadanía Lojana, los resultados se presentan en el siguiente cuadro:

Tabla 27. *Demanda Insatisfecha (botellas de 1lt).*

AÑO	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA DEL PRODUCTO	DEMANDA INSATISFECHA (botellas de 1lt)
0	174380	1215	173165
1	179000	1367	177633
2	183744	1538	182206
3	188614	1730	186884
4	193612	1946	191666
5	198742	2189	196553

Fuente: Tabla N° 23 y 25

Elaboración: Luis Calderón

1.4 PLAN DE COMERCIALIZACION

PRODUCTO

Los demandantes buscan satisfacer sus necesidades con los productos o servicios que se encuentran en el mercado y por la exigente tendencia de innovación, y a la misma vez de mejora de la calidad en cada producto, es necesario buscar nuevos

productos y servicios que puedan satisfacer las necesidades de los clientes superando a los productos sustitutos. Por esta razón nace la idea de crear una empresa de producción y comercialización de licor de café la cual se comercializará en un envase de vidrio de 1 litro.

NOMBRE

Licor de Café "ISMACO"

ESLOGAN

Siendo una bebida natural de un producto tradicional como es el café se busca una frase que resalte los atributos del café.

"TRADICION CON SABOR UNICO"

PRECIO

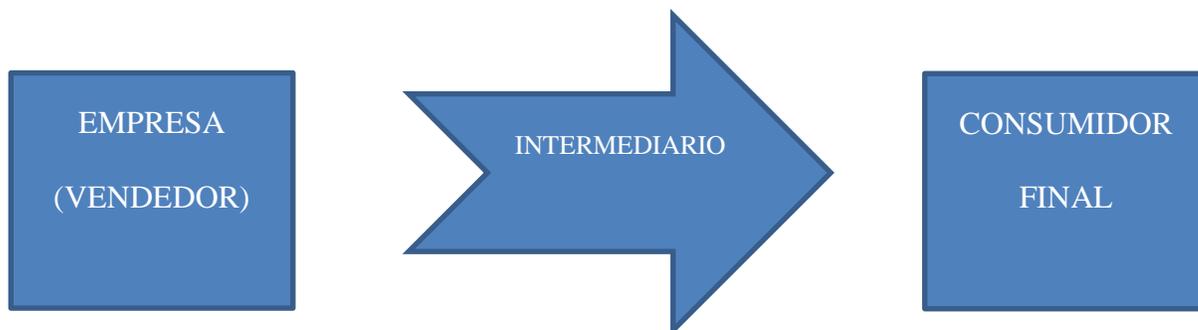
Política de precios:

- El precio será fijado en base a los costos de producción
- Se tomará en cuenta el precio de los productos similares que existen en el mercado

PLAZA

Canal de comercialización:

Se aplicará el canal de comercialización detallista mediante el cual el producto de Licor de Café llegará desde el vendedor de la empresa hacia los intermediarios para que así luego lleguen al consumidor final.



Gráfica 18. *Canal de Comercialización.*

Elaboración: Luis Calderón.

ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD Y PROMOCION

Para realizar la publicidad de la empresa productora y comercializadora de Licor de Café se tomó en cuenta las respuestas de las preguntas 12, 13 y 14 que se realizó a la población de la ciudad de Loja en la cual manifiestan que les gustaría conocer el producto mediante las redes sociales de Facebook e Instagram.

Por lo que, la promoción del proyecto se enfocara en la creación de incentivos tanto a mediano como largo plazo fomentando la decisión de compra del producto en los consumidores, pudiendo realizar promociones como: por la compra de un licor el segundo a mitad de precio, todo esto con el fin de conseguir las mejores relaciones con los clientes junto con la publicidad, la venta personal, etc.

Para lograrlo se usara como ya mencionamos de redes sociales como el Facebook e instagram, por ser medios de comunicación más efectivos y menos costosos, por lo que para la publicidad se creara una Página de Facebook como de instagram donde se mostrara

el proceso del producto, sus beneficios y como este puede llegar a sustituir otros licores por ser más saludable. Además de mostrar el producto por la televisión en horario vespertino, con el fin de que los consumidores tengan una idea más clara del producto, de su utilización, ventajas, etc.

2. ESTUDIO TECNICO

Este estudio permitirá determinar los materiales necesarios para el proceso productivo de Licor de Café, el tamaño de la planta, su localización, la capacidad instalada y la capacidad utilizada.

2.1 TAMAÑO

Para determinar el tamaño se debe considerar ciertos elementos que tienen relación con la demanda existente y la tecnología disponible, sumando a esto el proceso productivo y su tiempo de duración. El tamaño se lo define bajo dos instancias: capacidad instalada y la capacidad utilizada.

Capacidad instalada

Para la producción de cierta cantidad de licor se necesita tres ollas de acero inoxidable, la cual tienen una capacidad instalada de producción de 25 litros cada una; cada proceso dura 1 hora 45 minutos por lo tanto en el día se van a realizar 13 procesos que dará una producción de licor de café de 325 litros diarios, esta producción diaria se multiplica por 365 días que tiene el año y se obtiene una producción anual de 118.625 litros anuales por

cada olla. Como lo produciremos con 3 ollas, a continuación se presenta la capacidad instalada al 100%.

$$75 \text{ litros} * 13 \text{ procesos diarios} = 975 \text{ litros diarios}$$

$$975 \text{ litros diarios} * 365 \text{ días del año} = 355.875 \text{ litros anuales}$$

Capacidad utilizada

Para determinar esta capacidad es fundamental considerar las regulaciones legales que existen en el aspecto laboral: en Ecuador la legislación contempla jornadas laborales de 8 horas diarias y 40 horas a la semana. Para la producción de Licor de Café la empresa trabajará cumpliendo con lo establecido por la ley esto es 8 horas diarias durante 5 días laborales a la semana.

Por efecto de planificación productiva se estima trabajar 75 litros durante 4 procesos que se realizarán en las 8 horas laborables.

$$75 \text{ litros} * 4 \text{ procesos diarios} = 300$$

$$300 \text{ litros diarios} * 260 \text{ días laborables/año} = \underline{\underline{78.000 \text{ litros anuales aproximadamente.}}}$$

Tabla 28. *Capacidad Utilizada.*

Año	%	Capacidad utilizada
1	80%	62400
2	85%	66300
3	90%	70200
4	95%	74100
5	100%	78000

Elaboración: Luis Calderón

Capacidad de reserva

Representa la capacidad de producción que no es utilizada normalmente y que permanece en espera de que las condiciones de mercado obliguen a un incremento de producción. Para determinar las reservas es necesario tomar en cuenta la capacidad instalada de 355.875 y la capacidad utilizada de 78.000 ya que como resultado de su diferencia se obtendrá la capacidad de reserva.

$$355.875 - 78.000 = 277.875 (21,91\%)$$

Participación en el mercado

La participación en el mercado es el porcentaje que tenemos del mercado (expresado en unidades del mismo tipo o en volumen de ventas explicado en valores monetarios) de un producto o servicio específico. Para determinar la participación en el mercado se toma la demanda insatisfecha y la producción anual con lo cual se obtendrá el porcentaje de participación en el mercado.

Tabla 29. *Participación en el mercado.*

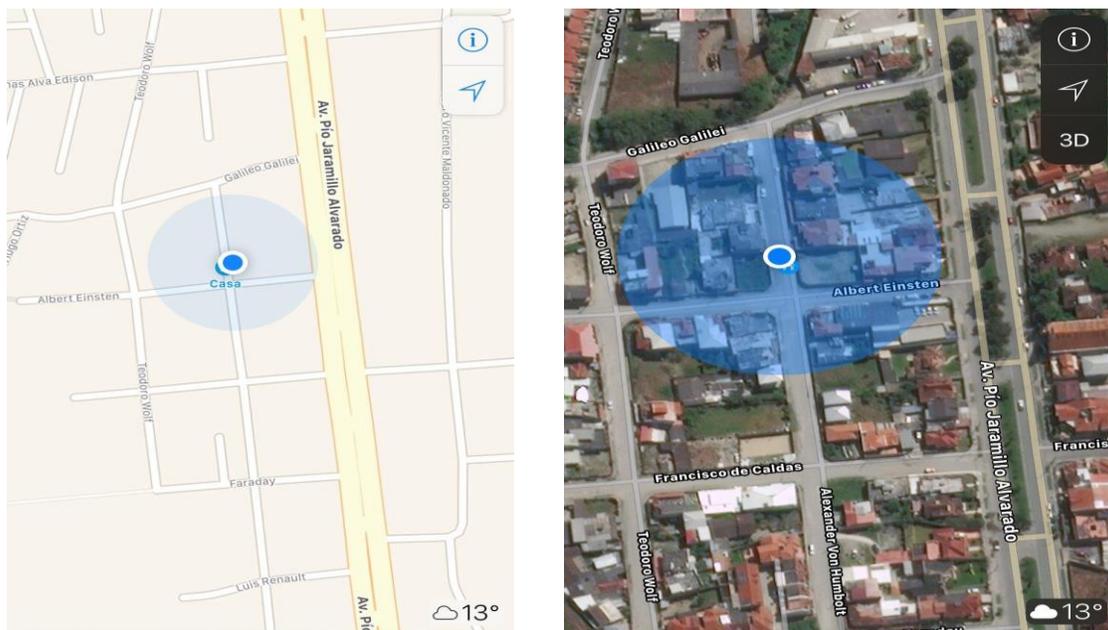
AÑO	DEMANDA INSATISFECHA (botellas de 1lt)	PRODUCCIÓN DEMANDANTE	%PARTICIPACION EN EL MERCADO
0	173165	78000	15%
1	177633	78000	14%
2	182206	78000	12%



Gráfica 20. Provincia de Loja, Cantón Loja, Región: Zona 7.

Micro localización

La planta productora se establecerá en la ciudad de Loja sector La Argelia su ubicación grafica se muestra a continuación:



Gráfica 21. Sector la Argelia
Fuente y Elaboración: Google Maps.

FACTORES DE LOCALIZACION

Transporte:

Las vías de acceso son las adecuadas para poder facilitar el transporte del producto a la venta del cliente final.

Servicios básicos:

El sitio seleccionado para el proyecto cuenta con todos los requerimientos necesarios para un servicio adecuado, se cuenta con agua potable, internet, energía eléctrica y servicio telefónico.

ADQUISICION DE INSUMOS

En esta etapa se procede a adquirir toda la materia prima y los materiales que se van a utilizar en el proceso de producción.

La materia prima que se va a adquirir es la siguiente:

- Café
- Agua
- Azúcar
- Alcohol (vodka)
- Extracto de vainilla
- Canela

Posteriormente se adquiere las botellas donde se va a envasar el producto y también las respectivas etiquetas.

PROCESO PRODUCTIVO

El producto de Licor de Café será producido mediante una mezcla homogénea de varios insumos con la ayuda de personal con experiencia en la elaboración de este producto.

FASES DEL PROCESO PRODUCTIVO

Una vez adquirido todos los insumos y la materia prima necesaria para la elaboración del Licor de Café, se procede a poner en marcha la línea de producción que consta de las siguientes fases:

Fase N°1

Tabla 30. *Proceso productivo Fase N°1.*

FASE N°1	TIEMPO(minutos)
Recepción de materia prima	2
Selección de materia prima	3
Dosificación de ingredientes	5
Mezclado de ingredientes	2
TOTAL	12

Elaboración: Luis Calderón

Una vez terminada esta fase se deja reposar la mezcla del alcohol con el café la canela y el extracto de vainilla durante un periodo de 2 a 4 semanas, luego se procede con la siguiente fase:

Fase N°2

Tabla 31. *Proceso productivo Fase N°2*

FASE N°2	TIEMPO(minutos)
Preparación del agua y el azúcar(jarabe de azúcar) y enfriado	85
Mezcla de los ingredientes(jarabe de azúcar con el alcohol)	2
Control de calidad	1
Envasado, etiquetado y almacenamiento del producto	5
TOTAL	93
	1 hora 33 minutos

Elaboración: Luis Calderón

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO

Luego de haber adquirido todos los insumos y la materia prima para la elaboración del Licor de Café se procede a poner en marcha la línea de producción que consta de las siguientes fases:

Recepción de la materia prima

En esta fase se procede a recibir la materia prima y verificar que esté en perfectas condiciones la cual tomara un tiempo aproximado de 2 minutos.

Selección de materia prima

En esta fase se selecciona y se agrupa cuidadosamente la materia prima de acuerdo a las cantidades requeridas para cada proceso de producción, esto tomara un tiempo aproximado de 3 minutos.

Dosificación de los ingredientes

En esta fase se procede a pesar el café (250 mg) y a medir la cantidad de alcohol (1 litro de alcohol), esto tomara un tiempo aproximado de 5 minutos.

Mezclado de los ingredientes

En esta fase se mezcla los 250mg de café con el litro de alcohol y luego se coloca una cucharada de extracto de vainilla y una ramita de canela, esto tomara un tiempo aproximado de 2 minutos; se lo deja en reposo de 2 a 4 semanas para luego continuar con el proceso.

Preparación del agua y el azúcar (jarabe de azúcar) y enfriado

En esta fase se procede a hervir el agua y el azúcar, cuando rompa el punto de ebullición se deja hervir por unos 5 minutos más y se retira del fuego, se deja enfriar a temperatura ambiente, esto tomara un tiempo aproximado de 85 minutos.

Mezcla de los ingredientes (jarabe de azúcar con el alcohol)

En esta fase se procede a mezclar el jarabe de azúcar con el alcohol una vez que ya ha estado en reposo el tiempo mencionado anteriormente (2 a 4 semanas), esto tomara un tiempo aproximado de 2 minutos.

Control de calidad

Luego de haber realizado todo el proceso productivo del licor de café se procede a realizar el control de calidad del mismo realizando una prueba de pequeñas cantidades viendo así que el producto esté en buenas condiciones y con un aroma y sabor único, esto tomara un tiempo aproximado de 1 minuto.

Envasado, etiquetado y almacenamiento del producto

Luego de haber realizado el control de calidad correspondiente del producto se procede al envasado, etiquetado y almacenamiento del producto, esto tomara un tiempo aproximado de 5 minutos.

DIAGRAMA DE PROCESO

FASES	OPERACION	INSPECCION	ESPERA	ALMACENAMIENT	DESCRIPCION DEL PROCESO (ACTIVIDADES)	TIEMPO (MINUTOS)
1	●				Recepción de la materia prima	2
1		■			Selección de materia prima	3
1	●				Dosificación de los ingredientes	5
1					Mesclado de los ingredientes Reposado	2
2	●				Preparación del agua y el azúcar (jarabe de azúcar) y enfriado	85
2	●				Mescla de los ingredientes (jarabe de azúcar con el alcohol)	2
2		■			Control de calidad	1
2	●				Envasado del producto	2
2	●				Etiquetado del producto	2
				★	Almacenamiento del producto	1
					TOTAL	105

Gráfica 22. Diagrama de proceso de recorrido de la producción de Licor de Café
Fuente y Elaboración: Luis Calderón

2.3 DISTRIBUCION DE LA PLANTA

La planta productora se establecerá en la ciudad de Loja sector La Argelia, para la correcta distribución de la planta se ha tomado en cuenta el personal que va a laborar en la empresa y los materiales y equipos necesarios para la elaboración del proceso productivo del Licor de Café.

REQUERIMIENTOS

Requerimientos de maquinaria e insumos

- Cocina industrial de 3 quemadores
- Envasadora
- Selladora
- Cilindro de gas industrial
- Balanza
- Ollas de acero inoxidable
- Utensilios de cocina
- Embudos
- Jarras de vidrio de 1 litro

Requerimiento de personal

- Gerente
- Secretaria
- Asesor jurídico
- Asesor contable
- Jefe de producción
- Jefe financiero
- Jefe de marketing y ventas
- Obreros
- Vendedor

2.4 BASE LEGAL

La empresa se regirá por las siguientes leyes:

- Constitución de la República del Ecuador
- Ley de compañías
- Código de trabajo
- Código de comercio
- Código tributario y
- Otras leyes y reglamentos pertinentes

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la empresa, esto hará posible que los recursos especialmente el Talento Humano sea manejado eficientemente. La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, esta estructura tiene que ver con la departamentalización.

NIVELES JERARQUICOS

La empresa de producción y comercialización de Licor de Café estará conformada por los siguientes niveles jerárquicos:

Nivel directivo

Es el nivel que hace vinculación directa entre los dueños de la empresa (socios o accionistas) y el personal que labora en ella, está conformado por el directorio. Para su actuación está representado por la Presidencia.

Nivel ejecutivo

Este nivel está conformado por el Gerente-Administrador el cual será nombrado por el nivel directivo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.

Nivel asesor

Estará conformado por un asesor jurídico el cual será contratado temporalmente cuando la empresa lo requiera

Nivel de apoyo

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

Nivel operativo

Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción específicamente en las labores de producción o el proceso productivo.

2.5 ORGANIGRAMAS

Constituye la representación gráfica de la estructura organizativa de la nueva unidad productiva; entre los más utilizados se encuentran el estructural, el funcional y el de posición.

Organigrama estructural

Es la representación gráfica de la estructura administrativa de la empresa. Se define los niveles jerárquicos mediante la organización de la empresa para determinar la parte administrativa, asesor, apoyo y operativo que se encargara de darle el pertinente funcionamiento y operatividad a la empresa PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LICOR DE CAFÉ.

La empresa contara con los siguientes niveles jerárquicos para su organización:

-Nivel Ejecutivo: Está conformado el gerente él cual será nombrado por el nivel Legislativo–Directivo; y será responsable de la gestión operativa.

-Nivel Asesor: Toda empresa cuenta con un asesor jurídico que será requerido solo cuando la empresa lo necesite, es decir ocasional.

-Nivel Auxiliar: Su grado de autoridad es mínimo y su responsabilidad se limita a cumplir órdenes de niveles ejecutivos. En nuestra empresa este nivel estará conformado por la secretaria.

-Nivel Operativo: Este nivel está conformado por todos los puestos de la empresa de producción de café.

Organigrama funcional

Se representa gráficamente las funciones que deben desempeñar todas las personas que forman parte de la empresa

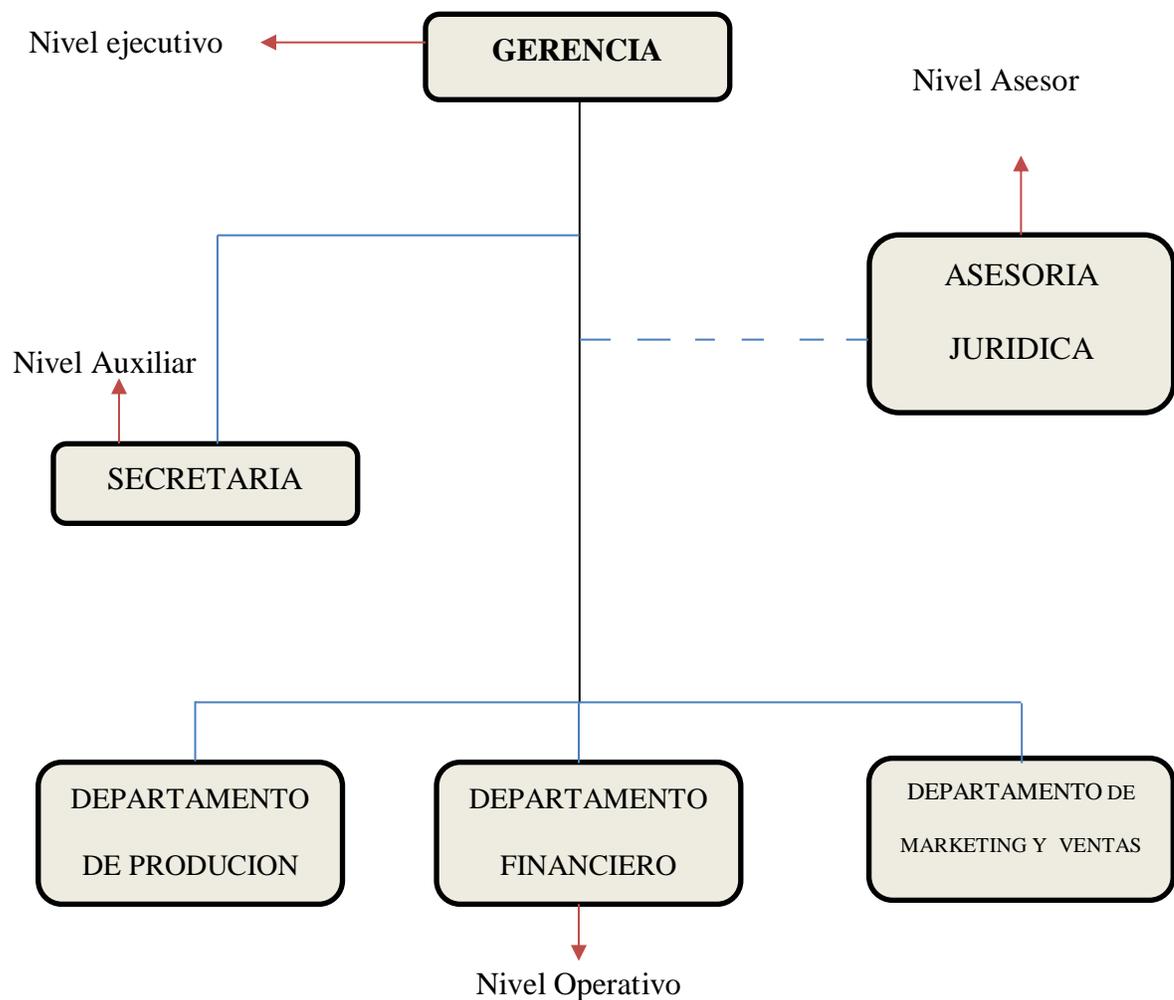
Organigrama de posición

Permite a simple vista determinar cuál es la distribución de personal, el cargo que ejerce, la denominación y el sueldo que perciben mensualmente.

A continuación se presentan estos tres tipos de organigramas para la empresa de Licor de Café

ORGANIGRAMAS

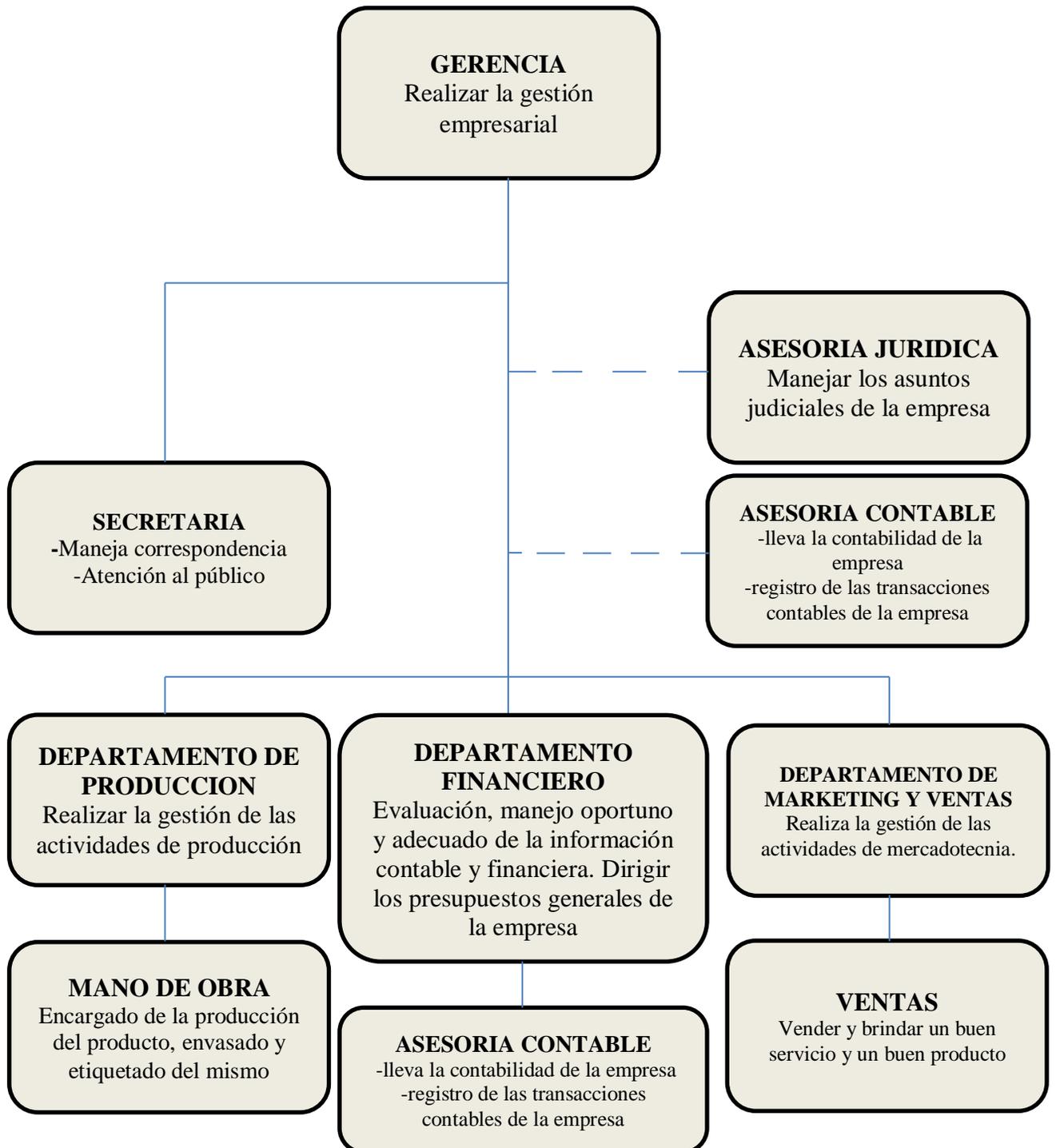
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Gráfica 23. Organigrama estructural de la empresa

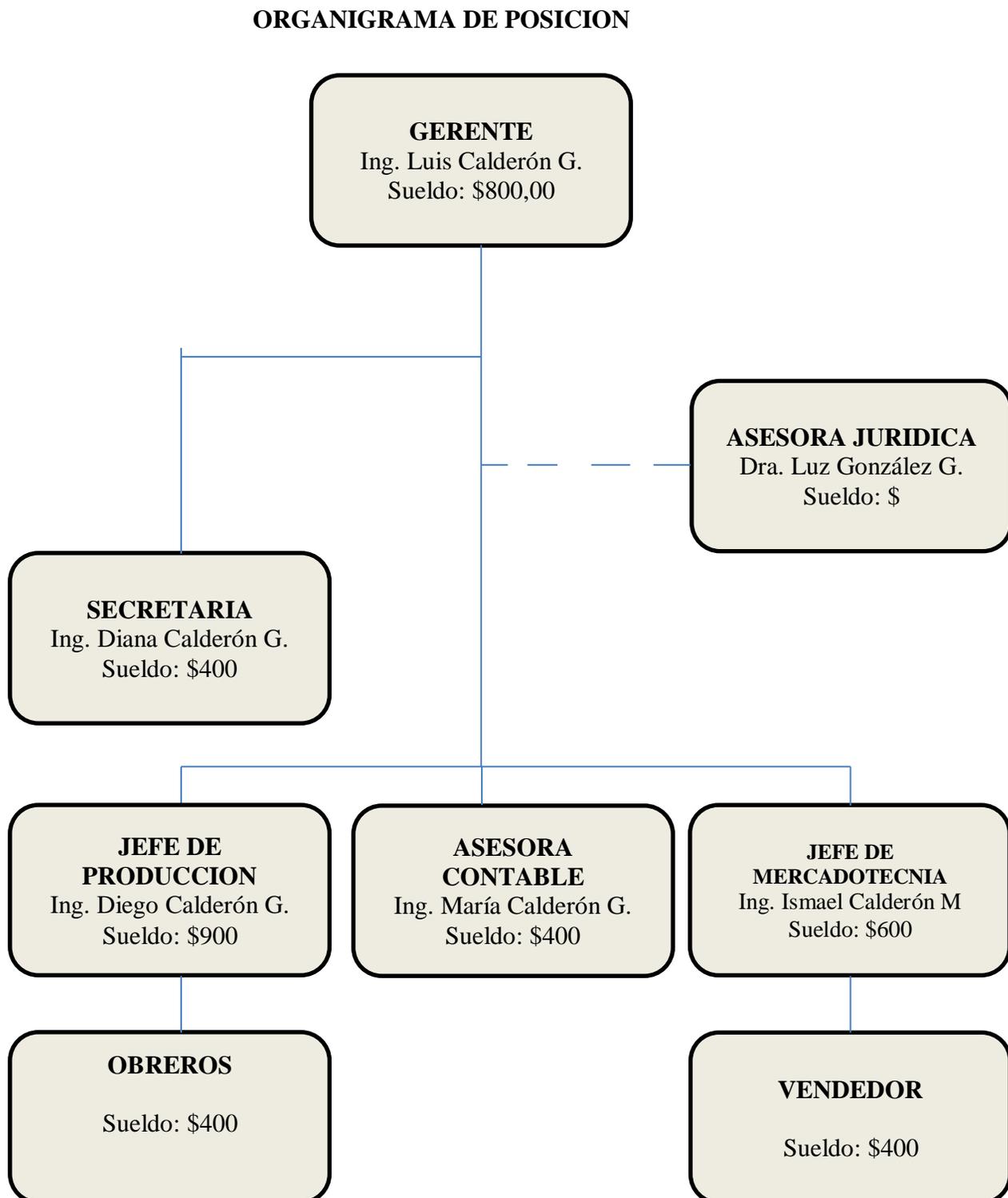
Fuente: Elaboración propia

ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Gráfica 24. Organigrama funcional de la empresa

Fuente: Luis Calderón



Gráfica 25. *Organigrama de posición de la empresa*

Fuente: Elaboración propia

2.6 MANUAL DE FUNCIONES

El presente manual rige para la vida operativa de la empresa y es de estricto cumplimiento para el personal. En este manual se incluye la guía para los siguientes puestos de trabajo

- Gerente
- Asesor jurídico
- Secretaria
- Asesor Contable
- Jefe de producción
- Obrero
- Jefe de mercadotecnia
- Vendedor

De acuerdo con el ofrecimiento de la organización la estructura organizativa puede extenderse y el manual se incrementará con los nuevos puestos de trabajo

La información del manual constituye la guía para el desempeño de un puesto de trabajo por lo tanto debe estar claro la relación jerárquica las funciones tanto principales como secundarias y el perfil requerido para ocupar dicho puesto.

LICOR DE CAFÉ	
MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	CÓDIGO: G001
NOMBRE DEL CARGO: Gerente	FECHA ELABORACIÓN: 05/02/2020
JEFE INMEDIATO: Ninguno	
SUBORDINADOS: Todo el personal	
DEPARTAMENTO: Administración	
NATURALEZA DEL PUESTO: Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades que se realizan en la empresa de Licor de Café.	
FUNCIONES PRINCIPALES <ul style="list-style-type: none"> • Planifica, organiza, dirige, coordina, controla y evalúa todas las actividades correspondientes a producción y comercialización de Licor de Café. • Representa a la empresa de Licor de Café en todo el ámbito interno y externo, compras de insumos en cantidades importantes, compra de maquinarias y equipos necesarios para la implementación de la empresa y contratación de personal. 	
FUNCIONES SECUNDARIAS Mantener los niveles de rendimiento optimizando los recursos de la empresa y maximizando la rentabilidad. <ul style="list-style-type: none"> • Supervisar las distintas áreas de trabajo. • Supervisar la gestión del presupuesto necesario para el funcionamiento de la empresa • Proyectar, obtener y utilizar fondos para financiar las operaciones de la empresa y maximizar el valor de las mismas. 	
CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo de alta complejidad y dificultad de desempeño, exige alto grado de iniciativa para la administración de la empresa. • El trabajo requiere alto grado de responsabilidad para la administración del personal que labora en la empresa, el manejo de la maquinaria necesaria e información relacionada a la misma. 	
REQUISITOS Conocimientos: Administración de empresas Título: Ingeniero Comercial o Ingeniero en Administración de Empresas Experiencia: 1 a 2 años de haber desempeñado actividades similares	

Iniciativa y Personalidad: <ul style="list-style-type: none"> • Líder, Emprendedor (a) • Buenas relaciones laborales con el personal.
Riesgos: Estrés laboral

LICOR DE CAFÉ	
MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	CÓDIGO: AJ002
NOMBRE DEL CARGO: Asesor Jurídico	FECHA ELABORACIÓN: 05/02/2020
JEFE INMEDIATO: Gerente	
SUBORDINADOS: Ninguno	
DEPARTAMENTO: Administración	
NATURALEZA DEL PUESTO: Brindar sustento jurídico a las decisiones del Administrador General para el mejor funcionamiento de la empresa.	
FUNCIONES PRINCIPALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Representar a la empresa cuando el caso fuera solicitado para tratar asuntos de carácter legal. • Asesorar al Administrador General en asuntos de carácter jurídico. • Emitir opinión sobre temas jurídicos solicitados por la Administración. 	
FUNCIONES SECUNDARIAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar los informes que sean solicitados por la Administración. • Desempeñar funciones que sean asignadas por el jefe inmediato. 	
CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> • El trabajo requiere alto grado de responsabilidad para el manejo de información confidencial referente al funcionamiento de la empresa. 	
REQUISITOS	
Conocimientos: Leyes	
Título: Abogado	
Experiencia: 1 año de haber desempeñado actividades similares	
Iniciativa y Personalidad:	
<ul style="list-style-type: none"> • Responsable • Ético • Buenas relaciones laborales. 	
Riesgos: Accidentes laborales	

LICOR DE CAFÉ	
MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	CÓDIGO: S003
NOMBRE DEL CARGO: Secretaria	FECHA ELABORACIÓN: 05/02/2020
JEFE INMEDIATO: Gerente	
SUBORDINADOS: Ninguno	
DEPARTAMENTO: Administración	
NATURALEZA DEL PUESTO: Realizar y brindar asistencia directa a las funciones que cumpla la gerencia y controlar los procesos y operaciones que se llevan a cabo dentro de la empresa.	
FUNCIONES PRINCIPALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Receptar y clasificar la documentación de Administración. • Redactar la correspondencia, de acuerdo a las especificaciones generales establecidas. • Mantener actualizado el Archivo del Despacho de Administración. • Llevar el registro de ingresos y salidas de Oficios, memorandos, circulares, cartas y resoluciones que firma el Presidente referente al funcionamiento de la empresa. 	
FUNCIONES SECUNDARIAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Receptar la correspondencia y distribuirla en las áreas correspondientes. • Apoyar en la coordinación con Presidencia y Administración para diferentes eventos que se lleven a cabo en la empresa. • Controlar los archivos de constitución y seguros. 	
CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> • El puesto requiere que el trabajador mantenga auto confianza, auto desarrollo y automotivación para el desarrollo de sus funciones. • El trabajo implica tener comunicación interpersonal con los trabajadores y usuarios de la empresa. • El trabajo requiere de disponibilidad de tiempo para llevarse a cabo las actividades necesarias. 	
REQUISITOS	
Conocimientos: Administración de empresas	
Título: Ingeniero Comercial o Ingeniero en Administración de Empresas	

<p>Experiencia: 1 año en labores administrativas</p> <p>Iniciativa y Personalidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsable y Planificadora • Capacidad para comunicarse <p>Riesgos: Accidentes y estrés laboral.</p>
--

LICOR DE CAFÉ	
MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	CÓDIGO: JF004
NOMBRE DEL CARGO: Jefe de Finanzas	FECHA ELABORACIÓN: 05/02/2020
JEFE INMEDIATO: Gerente	
SUBORDINADOS: Asesora Contable	
DEPARTAMENTO: Departamento Financiero	
NATURALEZA DEL PUESTO: El Jefe de Finanzas supervisa y se encarga del flujo de dinero y los activos que entran y salen de una empresa	
FUNCIONES PRINCIPALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar labores gerenciales, manejar información financiera, documentar y levantar informes, analizar tendencias y evaluar el desempeño de la empresa • Supervisar las operaciones y desarrollo de los departamentos de finanzas de la empresa. 	
FUNCIONES SECUNDARIAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Servir de mediador entre la compañía, sus accionistas e inversores, procurando el beneficio de todas las partes involucradas. • Revisar la documentación referente a pronósticos financieros y el estado de la empresa. • Elaborar documentos e informes legales a ser remitidos a la entidad regulatoria de operaciones financieras correspondiente. • Analizar y articular las tendencias comerciales a ser presentadas a los accionistas. 	
CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo que implica responsabilidad y conocimiento profesional • El trabajo requiere capacidad para manejar e interpretar información contable de la empresa 	
REQUISITOS	
Conocimientos: Contabilidad	
Título: Título profesional en Contabilidad y Auditoría	
Experiencia: 3 años mínimos de haber desempeñado actividades similares	

Iniciativa y Personalidad: <ul style="list-style-type: none"> • Integridad y Ético(a) • Buenas relaciones laborales.
Riesgos: Estrés Laboral

LICOR DE CAFÉ	
MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	CÓDIGO: AC005
NOMBRE DEL CARGO: Asesora Contable	FECHA ELABORACIÓN: 05/02/2020
JEFE INMEDIATO: Jefe de Finanzas	
SUBORDINADOS: Ninguno	
DEPARTAMENTO: Departamento Financiero	
NATURALEZA DEL PUESTO: Responsable de integrar la información para los procesos de costeo en las diferentes áreas de la compañía.	
FUNCIONES PRINCIPALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Mantener estandarizados los sistemas de costeo y supervisar las operaciones realizadas en la empresa. • Realiza el presupuesto anual, el control y coordinación de inventarios físicos. • Manejar sistema de costos estandarizados y completos. • Realizar transacciones de costos. 	
FUNCIONES SECUNDARIAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Velar por el cumplimiento de los procesos y buen uso de los recursos cuidando de manera correcta los bienes materiales y costos de operación. • Registrar las facturas recibidas de los proveedores para la implementación de la empresa. • Llevar mensualmente los libros generales de compras realizadas para la implementación y mantenimientos de la empresa mediante el registro de facturas recibidas. • Procesar, codificar y contabilizar los diferentes comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos, mediante el registro numérico de la contabilización de cada una de las operaciones realizadas. 	
CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo que implica responsabilidad y conocimiento profesional • El trabajo requiere capacidad para manejar e interpretar información contable de la empresa 	

<p>REQUISITOS</p> <p>Conocimientos: Contabilidad</p> <p>Título: Título profesional en Contabilidad y Auditoría</p> <p>Experiencia: 3 años mínimos de haber desempeñado actividades similares</p> <p>Iniciativa y Personalidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Integridad y Ético(a) • Buenas relaciones laborales. <p>Riesgos: Estrés Laboral</p>

LICOR DE CAFÉ	
MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	CÓDIGO: JP006
NOMBRE DEL CARGO: Jefe de Producción	FECHA ELABORACIÓN: 05/02/2020
JEFE INMEDIATO: Gerente	
SUBORDINADOS: Obreros	
DEPARTAMENTO: Departamento de Producción	
NATURALEZA DEL PUESTO: Responsable de gestionar los insumos y los trabajadores, además se asegura de que el servicio de la empresa sea eficiente.	
FUNCIONES PRINCIPALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar las funciones asignadas por el jefe inmediato. • Informar al administrador general o a quien corresponda, de cualquier anomalía que se presente en el funcionamiento de la empresa. • Llevar al día los requisitos para el control de los obreros. • Supervisar que las instalaciones se mantengan según las especificaciones requeridas. 	
FUNCIONES SECUNDARIAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con el horario asignado • Coordinar esfuerzos para ofrecer servicios de excelente calidad. • Planear estrategias para el aumento de productividad en la empresa. • Comunicación continúa con el personal a cargo. 	
CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo de alta complejidad y responsabilidad, requiere aptitud para tomar decisiones y delegar funciones a los obreros. • El trabajo requiere aptitud para gestionar el tiempo y llevar a cabo las actividades establecidas. • Trabajo que implica capacidad de análisis y comunicación. 	
REQUISITOS	
Conocimientos: Administración de la producción	
Título: Ingeniero Industrial	
Experiencia: 2 años de haber desempeñado labores relacionadas.	
Iniciativa y Personalidad:	

<ul style="list-style-type: none"> • Compromiso y Liderazgo • Planificador (a) y Responsable • Excelentes relacionales laborales
Riesgos: Estrés y accidentes laborales.

LICOR DE CAFÉ	
MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	CÓDIGO: 0007
NOMBRE DEL CARGO: Obrero	FECHA ELABORACIÓN: 05/02/2020
JEFE INMEDIATO: Jefe de Producción	
SUBORDINADOS: Ninguno	
DEPARTAMENTO: Departamento de Producción	
NATURALEZA DEL PUESTO: Efectúan actividades relacionadas al proceso productivo de Licor de Café con la supervisión del jefe de producción.	
FUNCIONES PRINCIPALES <ul style="list-style-type: none"> - Realizar las tareas relacionadas establecidas por el jefe de producción. - Ayudar a optimizar los procesos de trabajo dentro de la empresa. - Ayudar a organizar el aprovisionamiento de los insumos necesarios en la empresa. - Recibir el plan de fabricación con las anotaciones de insumos que se utilizarán, los parámetros que tiene que controlar, inspecciones a realizar y la documentación a registrar. 	
FUNCIONES SECUNDARIAS <ul style="list-style-type: none"> - Recibir la materia prima los insumos, materiales auxiliares, envases y etiquetas necesarios para la implementación de la empresa. - Registrar, identificar y segregar materiales defectuosos. - Registra los resultados de los controles del proceso y de las inspecciones de las instalaciones. - Adoptar las medidas establecidas y trabajar según las prácticas correctas de seguridad en el trabajo. 	
CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo de alto desempeño exige alto grado de iniciativa y creatividad. • El trabajo requiere capacidad para resolver problemas. • Trabajo que implica trabajo en equipo y buenas relaciones. 	
REQUISITOS	

<p>Conocimientos: Manejo de máquinas, normas de seguridad laboral y mantenimiento de instalaciones.</p> <p>Título: Título de Bachiller o Técnico de operaciones</p> <p>Experiencia: 2 a 4 años en cargos similares</p> <p>Iniciativa y Personalidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meticuloso (a) y Observador (a) • Buenas relaciones laborales.
<p>Riesgos: Accidentes laborales</p>

LICOR DE CAFÉ	
MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	CÓDIGO: JM008
NOMBRE DEL CARGO: Jefe de Mercadotecnia	FECHA ELABORACIÓN: 05/02/2020
JEFE INMEDIATO: Administrador General	
SUBORDINADOS: Vendedor	
DEPARTAMENTO: Departamento de Marketing y ventas	
<p>NATURALEZA DEL PUESTO: Planea, diseña, supervisa y evalúa las ventas del servicio de la empresa mediante estrategias de marketing para lograr la mayor rentabilidad del servicio.</p>	
<p>FUNCIONES PRICIPALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contratar y capacitar a la fuerza de ventas. • Definir los objetivos de venta que debe alcanzar cada vendedor. • Distribuir el trabajo en las instalaciones de la empresa. • Supervisar el trabajo de los vendedores. <p>FUNCIONES SECUNDARIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Intervenir en las decisiones de empresa relacionadas con la comercialización del servicio. • Elaborar presupuestos y tramitar las reservas de la empresa. • Resolver los problemas, quejas o consultas manifestadas por los usuarios de la empresa. • Diseñar y presentar estrategias de ventas e informes para que los analice la administración de la empresa. 	
<p>CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo requiere capacidad para planificar y organizar el trabajo de los vendedores. • El trabajo requiere dominio de comunicación. • Trabajo que implica relaciones de gran importancia. 	
<p>REQUISITOS</p> <p>Conocimientos: Marketing</p>	

<p>Título: Ingeniero Comercial o Ingeniero en Administración de Empresas</p> <p>Experiencia: 2 años de haber desempeñado actividades similares</p> <p>Iniciativa y Personalidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entusiasta y Líder • Capacidad Negociadora.
<p>Riesgos: Estrés y accidentes laborales</p>

LICOR DE CAFÉ	
MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	CÓDIGO: V009
NOMBRE DEL CARGO: Vendedor	FECHA ELABORACIÓN: 05/02/2020
JEFE INMEDIATO: Jefe de Mercadotecnia	
SUBORDINADOS: Ninguno	
DEPARTAMENTO: Departamento de Marketing y ventas	
NATURALEZA DEL PUESTO: Realizar labores de venta de licor de café en la ciudad de Loja.	
FUNCIONES PRICIPALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Asesorar al cliente en base a los beneficios de adquirir licor de café • Tomar pedido de los clientes en base a las rutas asignadas por su jefe inmediato. • Ser responsable de la zona asignada por parte del jefe inmediato. • Distribuir el licor de café en el mercado. 	
FUNCIONES SECUNDARIAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Mantener y retener a los clientes • Incrementar las compras de los clientes • Administrar eficientemente la cartera de clientes 	
CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> • Generar un ambiente de confianza con los clientes, uso de lenguaje elegante, buenas relaciones interpersonales 	
REQUISITOS	
Conocimientos: Ventas	
Título: Título de bachiller.	
Experiencia: 2 años de haber desempeñado actividades similares	
Iniciativa y Personalidad:	
<ul style="list-style-type: none"> • Sociable 	

<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad Negociadora.
Riesgos: Estrés y accidentes laborales

3. ESTUDIO FINANCIERO

3.1 INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

INVERSIONES

Para el funcionamiento del proyecto se necesita invertir en tres clases de activos:

ACTIVOS FIJOS

Entre los activos fijos requeridos para el proyecto tenemos:

Maquinaria y equipo

La maquinaria a emplearse es de última tecnología necesaria para efectuar el proceso productivo se detalla en cuadro siguiente:

Tabla 32. *Presupuesto de Maquinaria y equipo*

Descripción	U. de medida	C. Unitario	Cantidad Requerida	C. Total
Cocina industrial 3 quemadores	Unidad	500,00	1	500,00
Envasadora	Unidad	10000,00	1	10000,00

Selladora	Unidad	1500,00	1	1500,00
Total				12.000,00

Fuente: Almacén Juan Eljuri

Elaboración: Luis Calderón

Herramientas

Las herramientas a utilizar en la elaboración del producto son las siguientes:

Tabla 33. *Presupuesto de Herramientas.*

Descripción	U. de medida	C. Unitario	Cantidad Requerida	C. Total
Balanza eléctrica	Unidad	100	1	100
Cilindro de gas industrial	Unidad	100	2	200
Total				300

Fuente: Almacén Juan Eljuri

Elaboración: Luis Calderón

Vehículo

Se detalla a continuación el vehículo que se va a necesitar para la comercialización del producto.

Tabla 34. *Presupuesto de vehículo.*

Descripción	U. de medida	C. Unitario	Cantidad Requerida	C. Total
Vehículo	Unidad	15.000,00	1	15.000,00
Total				15,000,00

Fuente: Empresa Autos Loja

Elaboración: Luis Calderón

Equipo de oficina

Se incluyen en este rubro todos los valores correspondientes al equipo técnico que hará posible las funciones administrativas, se detallan a continuación:

Tabla 35. *Presupuesto de Equipo de oficina*

Descripción	U. de medida	C. Unitario	Cantidad Requerida	C. Total
Sumadora	Unidad	30,00	1	30,00
Teléfono	Unidad	70,00	1	70,00
Total				100,00

Fuente: Empresa Tooners

Elaboración: Luis Calderón

Muebles y enceres

Comprenden todos los bienes que se necesitan para la adecuación de cada una de las oficinas de acuerdo con la función para las que fueron diseñadas.

Tabla 36. *Presupuesto de Muebles y enceres.*

Descripción	U. de medida	C. Unitario	Cantidad Requerida	C. Total
--------------------	---------------------	--------------------	---------------------------	-----------------

Escritorio	Unidad	120	3	360
Silla giratoria	Unidad	60	3	180
Archivadores	Unidad	20	5	100
Total				640

Fuente: Empresa de madera Jesús del Gran Poder

Elaboración: Luis Calderón

Equipo de cómputo

Para el cumplimiento de las actividades de apoyo administrativo

Tabla 37. *Presupuesto de Equipo de cómputo*

Descripción	U. de medida	C. Unitario	Cantidad Requerida	C. Total
Computadora	Unidad	1000	2	2000
Impresora	Unidad	500	2	1000
Total				3.000,00

Fuente: Empresa Sisonet

Elaboración: Luis Calderón

Utilería y menaje

Tiene que ver con la utilería y el menaje necesario para poner en ejecución el estudio de factibilidad.

Tabla 38. *Presupuesto de Utilería y menaje.*

Descripción	U. de medida	C. Unitario	Cantidad Requerida	C. Total
Ollas de aluminio (50lt)	Unidad	40,00	4	160,00
Barriles de acero inoxidable (50lt)	Unidad	100,00	130	13000,00
Total				13160,00

Fuente: Varios

Elaboración: Luis Calderón

Resumen de activos fijos

Tabla 39. Resumen de activos fijos.

Descripción	Valor Total
Maquinaria y equipo	12000,00
Herramientas	300,00
Vehículo	15000,00
Equipo de oficina	100,00
Muebles y encerados	640,00
Equipo de computo	3000,00
Utilería y menaje	13160,00
Total	44200,00

Fuente: Tabla N° 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38

Elaboración: Luis Calderón

ACTIVO DIFERIDO

Constituye la inversión a realizarse en actividades que permitan la apertura y libre operación de la empresa, entre estas tenemos:

Tabla 40. Activo diferido.

Descripción	Valor Total
Estudios preliminares	2000,00
Adecuaciones	1000,00
Gastos de organización	800,00
Registro de marcas y patentes de funcionamiento	350,00
Registro sanitario	150,00
Total	4300,00

Fuente: varios

Elaboración: Luis Calderón

ACTIVO CIRCULANTE / CAPITAL DE TRABAJO

COSTO DE PRODUCCIÓN

El costo de producción ayuda a determinar el valor de elaboración de producto o servicio que interviene directamente en la transformación del producto o servicio ofrecido.

Materia prima directa

Para la materia prima se toma en cuenta los ingredientes necesarios para la elaboración del licor de café en el mismo que se utilizaran las cantidades y costos necesarios que se demuestran en el siguiente cuadro:

Tabla 41. *Materia prima directa.*

Descripción	U. de medida	C. Unitario	Cantidad Requerida	C. Total
Café en grano	Quintal	160,00	26	4.160,00
Azúcar blanca	Quintal	36,00	52	1.872,00
Extracto de vainilla	Litro	10,00	4	40,00
Canela	Libra	7,00	3	21,00
Alcohol	Litro	3,00	5.200	15.600,00
Total				21.693,00

Fuente: Varios

Elaboración: Luis Calderón

Materia prima indirecta (material de embalado)

Conformada por la materia prima que no forma parte del proceso productivo del licor de café pero que será utilizada para la presentación empaque y/o envase del producto.

Tabla 42. Materia prima indirecta.

Descripción	U. de medida	C. Unitario	Cantidad Requerida	C. Total
Etiquetas	Unidad	0,2	5.200	1.040,00
Envases	Unidad	0,5	5.200	2.600,00
Total				3640,00

Fuente: Varios

Elaboración: Luis Calderón

Tabla 43. Material de Combustión.

Descripción	U. de medida	C. Unitario	Cantidad Requerida	C. Total
Gas	Unidad	100	7	700,00
Total				700,00

Fuente: Varios

Elaboración: Luis Calderón

Tabla 44. Utilería y Menaje.

Descripción	U. de medida	C. Unitario	Cantidad Requerida	C. Total
Jarras de vidrio	Unidad	4,00	10	40,00
Embudos	Unidad	2,00	4	8,00
Filtros	Ciento	5,00	1	5,00
Total				53,00

Fuente: Varios

Elaboración: Luis Calderón

Mano de obra directa

Constituyen el número de obreros que laboraran en el proceso de producción que son tres:

Tabla 45. Mano de obra directa.

Rubro	Valor
Remuneración básica	400,00
Décimo tercero	33,33
Décimo cuarto	33,33
Aporte patronal (12,15%)	48,60

Fondos de reserva	33,33
Vacaciones	
Total	548,60
Total al año	6583,20
Total 3 obreros	19.749,60

Fuente: Ministerio del trabajo

Elaboración: Luis Calderón

Mano de obra indirecta

Para la supervisión de la producción se contara con un Ingeniero en Industrias su sueldo anual es de \$ 9674,80

Tabla 46. *Mano de obra indirecta.*

Rubro	Valor
Remuneración básica	600
Décimo tercero	50,00
Décimo cuarto	33,33
Aporte patronal (12,15%)	72,90
Fondos de reserva	50,00
Vacaciones	
Total	806,23
Total al año	9.674,80

Fuente: Ministerio del trabajo

Elaboración: Luis Calderón

Energía eléctrica

El consumo estimado de energía eléctrica es de 100 kw/mes con un precio de 0,25 kw.

Tabla 47. *Energía eléctrica.*

Descripción	U. de medida	C. Unitario	Cantidad Requerida	C. Total
Energía eléctrica	Kw/h	0,25	100	25,00
Total				25,00

Fuente: EERSSA

Elaboración: Luis Calderón

Agua potable

La cantidad que se va a ocupar es de 20m³ de agua para la elaboración del producto.

Tabla 48. *Agua potable*

Descripción	U. de medida	C. Unitario	Cantidad Requerida	C. Total
Agua potable	m ³	0,85	20	17,00
Total				17,00

Fuente: UMAPAL

Elaboración: Luis Calderón

Suministros de producción

Los suministros de producción son los que van a necesitar los obreros para el uso personal y así poder realizar la producción, se detallan a continuación:

Indumentaria

Tabla 49. *Indumentaria*

Descripción	U. de medida	C. Unitario	Cantidad Requerida	C. Total
Gorros	Unidad	3,00	6	18,00
Mandiles	Unidad	3,00	6	18,00
Guantes	Unidad	2,00	12	24,00
Mascarillas	Unidad	0,75	12	9,00
Total				69,00

Fuente: Varios

Elaboración: Luis Calderón

Tabla 50. *Cuadro resumen de costos de producción.*

Descripción	Valor Total
Materia prima directa	21.693,00

Materia prima indirecta	3.640,00
Material de combustión	700,00
Utilería y menaje	53,00
Mano de obra directa	1.645,80
Mano de obra indirecta	806,23
Energía eléctrica	25,00
Agua potable	17,00
Indumentaria	69,00
Total	28.649,03

Fuente: Tabla N° 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47,48,49

Elaboración: Luis Calderón

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Remuneraciones administrativas

Valores a pagar a los empleados que hacen el apoyo logístico para el funcionamiento de la empresa:

Tabla 51. *Presupuesto de sueldos y salarios.*

Rubro	Gerente	Secretaria	Jefe financiero
Remuneración básica	700	400	400
Décimo tercero	58,33	33,33	33,33
Décimo cuarto	33,33	33,33	33,33
Aporte patronal (12,15%)	85,05	48,60	48,60
Fondos de reserva	58,33	33,33	33,33
Vacaciones			
Total	935,05	548,60	548,60
Subtotal al año	11220,60	6583,20	6583,20
Total anual	24387,00		

Fuente: Ministerio del trabajo

Elaboración: Luis Calderón

A este presupuesto se suma el valor a pagar del asesor jurídico y del asesor contable que solo será ocasionalmente un valor estimado de \$100,00 mensuales.

Arriendo

El arrendar un local para seguir adelante con el proyecto, el mismo que tiene que estar bien ubicado tomando en cuenta los demandantes y a los proveedores

Tabla 52. *Presupuesto de Arriendo del local*

Descripción	U. de medida	C. Unitario	Cantidad Requerida	C. Total
Arriendo	Unidad	350,00	1	350,00
Total				350,00

Fuente: Varios

Elaboración: Luis Calderón

Útiles de oficina

Ayudan a la parte administrativa para poner en funcionamiento las oficinas

Presupuesto de útiles de oficina

Tabla 53. *Presupuesto de útiles de oficina.*

Descripción	U. de medida	C. Unitario	Cantidad Requerida	C. Total
Resmas de papel boom	Resma	5,00	2	10,00
Tinta de impresora	Unidad	4,00	3	12,00
Bloques de facturas	Unidad	10,00	5	50,00

Esferos	Unidad	0,25	12	3,00
Corrector	Unidad	0,40	5	2,00
Grapadora	Unidad	4,00	2	8,00
Perforadora	Unidad	3,00	2	6,00
Carpetas archivadoras	Unidad	5,00	5	25,00
Total				116,00

Fuente: Librería La Reforma

Elaboración: Luis Calderón

Útiles de aseo

Las instalaciones de la empresa se contarán con útiles de aseo para higiene tanto del personal con de toda la empresa

Presupuesto de útiles de aseo

Tabla 54. *Presupuesto de útiles de aseo.*

Descripción	U. de medida	C. Unitario	Cantidad Requerida	C. Total
Escobas	Unidad	2,00	4	8,00
Recogedores	Unidad	1,50	4	6,00
Trapeadores	Unidad	2,50	4	10,00
Desinfectantes	Unidad	3,00	5	15,00
Papel higiénico(6)	Unidad	3,00	3	9,00
Franelas	Unidad	1,00	5	5,00
Jabón de tocador	Unidad	1,00	4	4,00
toallas	Unidad	4,00	4	16,00
Tachos de basura	Unidad	3,00	3	9,00
Total				82,00

Fuente: Empresa Loja Limpia

Elaboración: Luis Calderón

Teléfono

Se estima por este concepto un valor mensual de \$30,00

Internet

Se estima por este concepto un valor mensual de \$25,00

Agua potable

Se estima por este concepto un valor mensual de \$5,00

Energía eléctrica

Se estima por este concepto un valor mensual de \$20,00

Tabla 55. *Cuadro resumen de gastos administrativos.*

Descripción	Valor Total
Remuneraciones administrativas	2032,25
Arriendo	350,00
Útiles de oficina	116,00
Útiles de aseo	82,00
Teléfono	30,00
Internet	25,00
Agua potable	5,00
Energía eléctrica	20,00
Total	2660,25

Fuente: Tabla N° 51. 52. 53. 54

Elaboración: Luis Calderón

GASTOS DE VENTAS**Publicidad y promoción**

Toda empresa requiere de publicidad y promoción para hacerse conocer en el mercado y así obtener más beneficios, es por ello que utilizaremos la televisión y las redes sociales.

Presupuesto de publicidad y promoción

Tabla 56. *Presupuesto de publicidad y promoción.*

Descripción	U. de medida	C. Unitario	Cantidad Requerida	C. Total
Cuñas en la TV	Cuñas	20,00	15	300,00
Total				300,00

Fuente: Ecotel TV

Elaboración: Luis Calderón

Tabla 57. *Presupuesto de sueldos y salarios.*

Rubro	Jefe de Mercadotecnia	Vendedor
Remuneración básica	500	300
Décimo tercero	41,67	25,00
Décimo cuarto	33,33	33,33
Aporte patronal (12,15%)	60,75	36,45
Fondos de reserva	41,67	25,00
Vacaciones		
Total	677,42	419,78
Subtotal al año	8.129,00	5.037,40
Total anual	13.166,40	

Fuente: Ministerio del trabajo

Elaboración: Luis Calderón

Tabla 58. *Cuadro resumen de gastos de ventas.*

Descripción	Valor Total
Publicidad y promoción	300,00
Remuneraciones de ventas	1.097,20
Total	1.397,20

Fuente: Tabla N° 56 y 57

Elaboración: Luis Calderón

Tabla 59. Cuadro resumen de capital de trabajo.

Descripción	Valor Total
Costos de producción	28649,03
Gastos administrativos	2660,25
Gastos de ventas	1397,20
Total	32706,48

Fuente: Tabla N° 50,55 y 58

Elaboración: Luis Calderón

Tabla 60. Cuadro resumen de la inversión

Descripción	Valor Total
Activo fijo	44.200,00
Activo diferido	4300
Capital de trabajo	32.706,48
Total	81.206,48

Fuente: Tabla N° 39, 40 y 59

Elaboración: Luis Calderón

FINANCIAMIENTO

El proyecto contará con una inversión total de 81153,48 la cual será financiada el 63,03% por capital propio y el 36,97% por medio de préstamo.

Tabla 61. Financiamiento de la inversión

Financiamiento	%	Cantidad
INTERNO	63,06%	51.206,48
EXTERNO	36,94%	30.000
Total	100	81.206,48

Fuente: Tabla N° 60

Elaboración: Luis Calderón

3.2 ANALISIS DE COSTOS

COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN

Costo de producción

Como primer componente del costo total de producción se integran los siguientes rubros:

Tabla 62. *Costo de la producción.*

Rubro	Valor anual
Materia Prima Directa	260.316,00
Materia Prima Indirecta	52.080,00
Mano de obra directa	19.749,60
Mano de Obra Indirecta	9.674,80
Energía Eléctrica (Producción)	300,00
Agua potable	204,00
Suministros de producción	1.464,00
Total	343788,40

Elaboración: Luis Calderón

Depreciación de Maquinaria y Equipo: Se deprecian en 10 años con el porcentaje del 10%

Tabla 63. *Depreciación de maquinaria y equipo*

Años	D. Anual	D. Acumulada	Valor en libros
0	1200		12.000,00
1	1200	1200	10.800
2	1200	2400	9.600
3	1200	3600	8.400
4	1200	4800	7.200
5	1200	6000	6.000

6	1200	7200	4.800
7	1200	8400	3.600
8	1200	9600	2.400
9	1200	10800	1.200
10	1200	12000	0

Fuente: SRI

Elaboración: Luis Calderón

Depreciación de Herramientas.- La vida útil del bien es de en 10 años con el 10%

Tabla 64. *Depreciación de herramientas.*

Años	D. Anual	D. Acumulada	Valor en libros
0	30		300,00
1	30	30	270
2	30	60	240
3	30	90	210
4	30	120	180
5	30	150	150
6	30	180	120
7	30	210	90
8	30	240	60
9	30	270	30
10	30	300	0

Fuente: SRI

Elaboración: Luis Calderón

Tabla 65. *Cuadro resumen de los costos de producción.*

Descripción	Valor Total
Materia prima directa	260.316,00
Materia prima indirecta	52.080,00
Mano de obra directa	19.749,60
Mano de obra indirecta	9.674,80
Energía eléctrica	300,00
Agua potable	204,00
Suministros de producción	1.464,00
Depreciación de maquinaria y equipo	1200

Depreciación de herramientas	30
Total	345.018,40

Fuente: Tabla N° 62, 63, 64

Elaboración: Luis Calderón

COSTO DE OPERACIÓN

Gastos administrativos

Lo integran principalmente las siguientes cuentas:

Tabla 66. *Gastos Administrativos.*

Rubro	Valor anual
Remuneraciones	24387,00
Arriendo	4200,00
Útiles de oficina	1392,00
útiles de aseo	984,00
teléfono	360,00
internet	300,00
agua potable	60,00
energía eléctrica	240,00
Utilería lencería y menaje	13160
Total	45083,00

Elaboración: Luis Calderón

Tabla 67. *Depreciación de equipo de oficina.*

Años	D. Anual	D. Acumulada	Valor en libros
0	10		100
1	10	10	90
2	10	20	80
3	10	30	70
4	10	40	60
5	10	50	50
6	10	60	40
7	10	70	30

8	10	80	20
9	10	90	10
10	10	100	0

Fuente: SRI

Elaboración: Luis Calderón

Depreciación de Equipo de Computación: La vida útil del bien es de 3 años por el 33%.

Tabla 68. Depreciación de equipo de cómputo.

Años	D. Anual	D. Acumulada	Valor en libros
0	1.000,00		3.000,00
1	1.000,00	1.000,00	2.000,00
2	1.000,00	2.000,00	1.000,00
3	1.000,00	3.000,00	0,00

Fuente: SRI

Elaboración: Luis Calderón

Reinversión de activos fijos

Es necesario adquirir equipo de cómputo para el 4 año de actividad de la empresa debido a los años de depreciación establecidos, que en el caso del presente proyecto se calcula con el 12%, del monto actual.

Tabla 69. Reinversión de activos fijos.

Reinversión de activos fijos (depreciación)					
Activo	Costo	% Depr.	Depre. anual	V.A Depr.	V. Residual
Equipo de C.	3360,00	33,33%	1120,00	2240,00	1120,00

Elaboración: Luis Calderón

Depreciación de Muebles y Enseres: La vida útil del bien es de 10 años con el 10%

Tabla 70. Depreciación de muebles y enseres.

Años	D. Anual	D. Acumulada	Valor en libros
0	64		640,00

1	64	64	576
2	64	128	512
3	64	192	448
4	64	256	384
5	64	320	320
6	64	384	256
7	64	448	192
8	64	512	128
9	64	576	64
10	64	640	0

Fuente: SRI

Elaboración: Luis Calderón

Tabla 71. Cuadro resumen de los gastos de administración.

Descripción	Valor Total
Remuneraciones	24387,00
Arriendo	4200,00
Útiles de oficina	1392,00
Útiles de aseo	984,00
Teléfono	360,00
Internet	300,00
Agua potable	60,00
Energía eléctrica	240,00
Utilería lencería y menaje	13160,00
Depreciación de equipo de oficina	10,00
Depreciación de equipo de computo	1000,00
Depreciación de muebles y encerados	64
Total gastos administrativos	46157,00

Fuente: Tabla N° 66, 67, 68, 69 y 70

Elaboración: Luis Calderón

Gastos de ventas: Se componen de las siguientes cuentas:

Publicidad y Promoción: El costo anual por este concepto asciende a: \$3600,00

Combustibles y lubricantes

Tabla 72. *Presupuesto de combustibles y lubricantes.*

Descripción	U. de medida	C. Unitario	Cantidad Requerida	C. Total
Gasolina	Galón	1,80	30	54,00
Aceite	Galón	10,00	1,5	15,00
Total				69,00
Total anual				828,00

Fuente: Gasolinera La Llave

Elaboración: Luis Calderón

Matricula de vehículo

Tabla 73. *Presupuesto de matrícula de vehículo*

Descripción	U. de medida	C. Unitario	Cantidad Requerida	C. Total
Matricula de vehículo	Unidad	300,00	1	300,00
Total				300,00

Fuente: ANT-Loja

Elaboración: Luis Calderón

Mantenimiento del vehículo

Tabla 74. *Presupuesto de mantenimiento de vehículo mensual*

Descripción	U. de medida	C. Unitario	Cantidad Requerida	C. Total
Mantenimiento mecánico	Unidad	50,00	12	600,00
Total				600,00

Fuente: Mecánica Alberto González

Elaboración: Luis Calderón

Depreciación de vehículo:

Tabla 75. *Depreciación de vehículo.*

Años	D. Anual	D. Acumulada	Valor en libros
0	1500		15000,00
1	1500	1500	13500,00
2	1500	3000	12000,00
3	1500	4500	10500,00
4	1500	6000	9000,00
5	1500	7500	7500,00
6	1500	9000	6000,00
7	1500	10500	4500,00
8	1500	12000	3000,00
9	1500	13500	1500,00
10	1500	15000	0

Fuente: SRI**Elaboración:** Luis Calderón**Tabla 76.** *Cuadro resumen de los gastos de ventas.*

Descripción	Valor Total
Remuneraciones de ventas	13.166,40
Combustibles y lubricantes	828,00
Matricula de vehículo	300,00
Mantenimiento de vehículo	600,00
Publicidad y promoción	3600,00
Depreciación de vehículo	1.500,00
Total gastos de ventas	19.994,40

Fuente: Tabla N° 56, 57, 72, 73, 74, 75**Elaboración:** Luis Calderón**GASTOS FINANCIEROS****Tabla 77.** *Préstamo.*

CREDITO	30.000,00
TASA	15%
PLAZO	5 AÑOS
AMORTIZACION	SEMESTRAL

Fuente: BAN Ecuador.**Elaboración:** Luis Calderón

Tabla 78. Préstamo.

AÑO	SEMESTRE	SALDO INICIAL	INTERES	AMORT. CREDITO	ABONO MENSUAL	SALDO FINAL
1	1	30000,00	2250,00	3000,00	5250,00	27.000,00
	2	27000,00	2025,00	3000,00	5025,00	24.000,00
2	1	24000,00	1800,00	3000,00	4800,00	21.000,00
	2	21000,00	1575,00	3000,00	4575,00	18.000,00
3	1	18000,00	1350,00	3000,00	4350,00	15.000,00
	2	15000,00	1125,00	3000,00	4125,00	12.000,00
4	1	12000,00	900,00	3000,00	3900,00	9.000,00
	2	9000,00	675,00	3000,00	3675,00	6.000,00
5	1	6000,00	450,00	3000,00	3450,00	3.000,00
	2	3000,00	225,00	3000,00	3225,00	0,00

Fuente: Tabla N°69.

Elaboración: Luis Calderón.

Tabla 79. Intereses.

AÑO	INTERES
1	4275,00
2	3375,00
3	2475,00
4	1575,00
5	675,00

Fuente: Tabla N°70.

Elaboración: Luis Calderón

3.3 COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN

Se clasifican las cuentas con sus respectivos valores anuales que pertenecen a los costos de operación:

Tabla 80. *Costo total de producción.*

Descripción	Valor Total
Costos de producción	
Materia prima directa	260.316,00
Materia prima indirecta	52.080,00
Mano de obra directa	19.749,60
Mano de obra indirecta	9.674,80
Energía eléctrica	300,00
Agua potable	204,00
Suministros de producción	1.464,00
Depreciación de maquinaria y equipo	1.200,00
Depreciación de herramientas	30,00
Total costos de producción	345.018,40
Costo de operación	
Gastos administrativos	
Remuneraciones	24.387,00
Arriendo	4.200,00
Útiles de oficina	1.392,00
útiles de aseo	984,00
teléfono	360,00
internet	300,00
agua potable	60,00
energía eléctrica	240,00
Utillería lencería y menaje	13.160,00
Depreciación de equipo de oficina	10,00
Depreciación de equipo de computo	1.000,00
Depreciación de muebles y encerados	64,00
Total gastos administrativos	46.157,00
Gastos de ventas	
Remuneraciones de ventas	13.166,40
Combustibles y lubricantes	828

Matricula de vehículo	300
Mantenimiento de vehículo	600
Publicidad	3600
Depreciación de vehículo	1500
Total gastos de ventas	19.994,40
gastos financieros	
intereses sobre crédito	4.275,00
total gastos financieros	4.275,00
Otros gastos	
amortización de crédito	6000,00
Amortización de activo diferido	860
Total otros gastos	6860,00
Costo total de operación	77.286,40
Costo total de producción	422.304,80

Fuente: Tabla N° 65, 71, 76

Elaboración: Luis Calderón

Tabla 81. *Costo total de producción.*

CTP = CP + CO	422.304,80
CP = MPD + MPI + MOD + MOI + GGF(DEP)	345.018,40
CO = G.ADM + G.VENTAS + G.FINAN + O.GAST	77.286,40

Fuente: Tabla N° 80

Elaboración: Luis Calderón

3.4 COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN

Constituye el valor de la producción, el costo unitario del producto se lo obtuvo dividiendo el costo total de producción \$422.304,80 para la cantidad en litros que es para el primer año de **62.400 lt.**

$$\text{CUP} = \text{CTP} / \text{UNIDADES PRODUCIDAS}$$

$$\text{CUP} = \$422.304,80 / 62.400\text{lt.}$$

$$\text{CUP} = \$6,77$$

3.5 PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO (PVP)

Para establecer el precio de venta al público se debe considerar siempre como base el costo unitario de producción sobre el cual se asignara un margen de utilidad que será del 20%.

$$\text{PVP} = \text{CUP} + \text{MU}$$

$$\text{PVP} = \$6,77 + 1,35 \quad \text{PVP} = \$8,12$$

Tabla 82. *Proyección presupuestaria para los 5 años del proyecto.*

Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos de producción					
Materia prima directa	260316,00	273331,80	286998,39	301348,31	316415,72
Materia prima indirecta	52080,00	54684,00	57418,20	60289,11	63303,57
Mano de obra directa	19749,60	20737,08	21773,93	22862,63	24005,76
Mano de obra indirecta	9674,80	10158,54	10666,47	11199,79	11759,78
Energía eléctrica	300,00	315,00	330,75	347,29	364,65
Agua potable	204,00	214,20	224,91	236,16	247,96
Suministros de producción	1464,00	1537,20	1614,06	1694,76	1779,50
Depre de maquinaria y equipo	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00
Depreciación de herramientas	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Total costos de producción	345018,40	362207,82	380256,71	399208,05	419106,95
Costo de operación					
Gastos administrativos					
Remuneraciones	24387,00	25606,35	26886,67	28231,00	29642,55
Arriendo	4200,00	4410,00	4630,50	4862,03	5105,13
Útiles de oficina	1392,00	1461,60	1534,68	1611,41	1691,98
útiles de aseo	984,00	1033,20	1084,86	1139,10	1196,06
teléfono	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58
internet	300,00	315,00	330,75	347,29	364,65
agua potable	60,00	63,00	66,15	69,46	72,93
energía eléctrica	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72
Utillería lencería y menaje	13160,00	13818,00	14508,90	15234,35	15996,06
Depr de equipo de oficina	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00

Depr de equipo de computo	1000,00	1000,00	1000,00	1120,00	1120,00
Depr de muebles y encerres	64,00	64,00	64,00	64,00	64,00
Total gastos administrativos	46157,00	48411,15	50778,01	53383,21	55992,67
Gastos de ventas					
remuneraciones de ventas	13166,40	13824,72	14515,96	15241,75	16003,84
Combustibles y lubricantes	828,00	869,40	912,87	958,51	1006,44
Matricula de vehículo	300,00	315,00	330,75	347,29	364,65
Mantenimiento de vehículo	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
Publicidad	3600,00	3780,00	3969,00	4167,45	4375,82
Depreciación de vehículo	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00	1500,00
Total gastos de ventas	19994,40	20919,12	21890,08	22909,58	23980,06
gastos financieros					
intereses sobre crédito	4275,00	3375,00	2475,00	1575,00	675,00
total gastos financieros	4275,00	3375,00	2475,00	1575,00	675,00
Otros gastos					
amortización de crédito	6000,00	6000,00	6000,00	6000,00	6000,00
Amort. de activo diferido	860,00	860,00	860,00	860,00	860,00
Total otros gastos	6860,00	6860,00	6860,00	6860,00	6860,00
Costo total de operación	77286,40	79565,27	82003,08	84727,79	87507,73
Costo total de producción	422304,80	441773,09	462259,79	483935,83	506614,68

Fuente Tabla N° 80

Elaboración: Luis Calderón

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN PARA CADA AÑO

Tabla 83. Costo unitario de producción para cada año.

Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
CTP	422304,80	441773,09	462259,79	483935,83	506614,68
UP	62.400	66.300	70.200	74.100	78.000
CU	6,77	6,66	6,58	6,53	6,50

Fuente: Tabla N° 82

Elaboración: Luis Calderón

INGRESOS POR VENTAS

Tabla 84. *Ingresos por ventas.*

Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
UP	62.400	66.300	70.200	74.100	78.000
Precios	8,12	8,00	7,90	7,84	7,79
Precio ajustado	8,00	8,00	7,00	7,00	7,00
Total ventas (ingresos)	506765,76	530127,71	554711,75	580723,00	607937,61

Elaboración: Luis Calderón

VALOR RESUDIAL

Tabla 85. *Valor residual.*

Rubro	Valor activo	Resto vida útil	Valor residual
Maquinaria y E.	12.000,00	50%	6000
Herramientas	300	50%	150
Muebles y E.	640	50%	320
E. de oficina	100	50%	50
E. de computo	3.000,00	33%	1000,00
Total			7519,90

Fuente: Tabla N° 32, 33, 35, 36, 37

Elaboración: Luis Calderón

3.7 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Es uno de los estados financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un periodo económico, clasificándolos de acuerdo con las principales operaciones del negocio, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas.

Tabla 86. Estado de pérdidas y ganancias.

Ingresos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	506765,76	530127,71	554711,75	580723,00	607937,61
Valor residual	0,00	0,00	0,00	0,00	7519,90
Otros ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total ingresos	506765,76	530127,71	554711,75	580723,00	615457,51
Egresos					
Costo de producción	345018,40	362207,82	380256,71	399208,05	419106,95
Costo de operación	77286,40	79565,27	82003,08	84727,79	87507,73
Total egresos	422304,80	441773,09	462259,79	483935,83	506614,68
Utilidad bruta	84460,96	88354,62	92451,96	96787,17	108842,84
(-) 15% utilidad trabaj.	12669,14	13253,19	13867,79	14518,08	16326,43
(=) utilidad antes de imp.	71791,82	75101,43	78584,17	82269,09	92516,41
(-) 25% impuesto a la renta	17947,95	18775,36	19646,04	20567,27	23129,10
(=) Utilidad antes reserva	53843,86	56326,07	58938,12	61701,82	69387,31
(-) 10% reserva legal	5384,39	5632,61	5893,81	6170,18	6938,73
(=) UTILIDAD LIQUIDA	48459,48	50693,46	53044,31	55531,64	62448,58

Fuente: Tabla N° 80, 84 y 85

Elaboración: Luis Calderón.

3.8 PUNTO DE EQUILIBRIO**Tabla 87.** Punto de equilibrio.

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS VARIABLES					
Materia prima directa	52080,00	54684,00	57418,20	60289,11	63303,57
Materia prima indirecta	1464,00	1537,20	1614,06	1694,76	1779,50
Suministros de producción	260316,00	273331,80	286998,39	301348,31	316415,72
Energía eléctrica	540,00	567,00	595,35	625,12	656,37
Agua potable	264,00	277,20	291,06	305,61	320,89
TOTAL COSTOS VARIABLES	314664,00	330397,20	346917,06	364262,91	382476,06
COSTOS FIJOS					
Mano de obra directa	19749,60	20737,08	21773,93	22862,63	24005,76
Mano de obra indirecta	9674,80	10158,54	10666,47	11199,79	11759,78
Depre. de maquinaria y equipo	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00
Depreciación de herramientas	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Remuneraciones	17803,80	18693,99	19628,69	20610,12	21640,63
Arriendo	4200,00	4410,00	4630,50	4862,03	5105,13
Útiles de oficina	1392,00	1461,60	1534,68	1611,41	1691,98
útiles de aseo	648,00	680,40	714,42	750,14	787,65

teléfono	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58
internet	300,00	315,00	330,75	347,29	364,65
Utillería lencería y menaje	163,00	171,15	179,71	188,69	198,13
Depre. de equipo de oficina	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Depre. de equipo de computo	1000,00	1000,00	1000,00	1000,00	1000,00
Depre. de muebles y encerres	64,00	64,00	64,00	64,00	64,00
remuneraciones de ventas	13166,40	13824,72	14515,96	15241,75	16003,84
Combustibles y lubricantes	720,00	756,00	793,80	833,49	875,16
Matricula de vehículo	300,00	315,00	330,75	347,29	364,65
Mantenimiento de vehículo	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
Publicidad	2700,00	2835,00	2976,75	3125,59	3281,87
Depreciación de vehículo	2500,00	2500,00	2500,00	2500,00	2500,00
intereses sobre crédito	4275,00	3375,00	2475,00	1575,00	675,00
amortización de crédito	6000,00	6000,00	6000,00	6000,00	6000,00
Amort. de activo diferido	660,00	660,00	660,00	660,00	660,00
TOTAL COSTOS FIJOS	107640,80	111375,89	115342,73	119672,92	124138,62
T. COSTOS DE PRODUCCIÓN	422304,80	441773,09	462259,79	483935,83	506614,68

Fuente: Tabla N° 82

Elaboración: Luis Calderón

PUNTO DE EQUILIBRIO

Método matemático

Año 1

Tabla 88. Punto de equilibrio año 1.

CFT	107640,80
CVT	314664,00
VT	506765,76
PVU	8,12
UNIDADES PRODUCIDAD	62.400

Fuente: Tabla N° 87

Elaboración: Luis Calderón

Punto de equilibrio en función de las ventas

$$PEfv = \frac{CFT}{1 - \left(\frac{CVT}{VT}\right)}$$

$$PEfv = \frac{\$107640,80}{1 - \left(\frac{\$314664,00}{\$506765,76}\right)}$$

$$\mathbf{PEfv = \$ 283957,17}$$

Punto de Equilibrio en función de la capacidad productiva

$$PEcp = \frac{CFT}{VT - CVT} * 100$$

$$PEcp = \frac{\$107640,80}{\$506765,76 - \$314664,00} * 100$$

$$\mathbf{PEcp = 56,03\%}$$

Punto de Equilibrio en función de las unidades producidas

$$CVU = \frac{CVT}{N^{\circ} \text{ Unidades}}$$

$$CVU = \frac{\$314664,00}{62.400}$$

$$CVU = \%5,04$$

$$PEup = \frac{CFT}{PVU - CVU}$$

$$PEup = \frac{\$107640,80}{8,12 - 5,04}$$

$$PEup = 34964,73$$

Año 3

Tabla 89. Punto de equilibrio año 3.

CFT	115342,73
CVT	346917,06
VT	554711,75
PVU	7,90
UNIDADES PRODUCIDAD	70200

Fuente: Tabla N° 87

Elaboración: Luis Calderón

Punto de equilibrio en función de las ventas

$$PEfv = \frac{CFT}{1 - \left(\frac{CVT}{VT}\right)}$$

$$PEfv = \frac{\$115342,73}{1 - \left(\frac{\$346917,06}{\$554711,75}\right)}$$

$$PEfv = \$ 307909,55$$

Punto de Equilibrio en función de la capacidad productiva

$$PEcp = \frac{CFT}{VT - CVT} * 100$$

$$PE_{cp} = \frac{\$115342,73}{\$554711,75 - \$346917,06} * 100$$

$$PE_{cp} = 55,51\%$$

Punto de Equilibrio en función de las unidades producidas

$$CVU = \frac{CVT}{N^{\circ} \text{ Unidades}}$$

$$CVU = \frac{\$346917,06}{70.200}$$

$$CVU = \%4,94$$

$$PE_{up} = \frac{CFT}{PVU - CVU}$$

$$PE_{up} = \frac{\$115342,73}{7,90 - 4,94}$$

$$PE_{up} = 38966,63$$

Año 5

Tabla 90. Punto de equilibrio año 5

CFT	124138,62
CVT	382476,06
VT	607937,61
PVU	7,79
UNIDADES PRODUCIDAD	78000

Fuente: Tabla N° 87

Elaboración: Luis Calderón

Punto de equilibrio en función de las ventas

$$PEfv = \frac{CFT}{1 - \left(\frac{CVT}{VT}\right)}$$

$$PEfv = \frac{\$124138,62}{1 - \left(\frac{\$382476,06}{\$607937,61}\right)}$$

$$\mathbf{PEfv = \$ 334729,06}$$

Punto de Equilibrio en función de la capacidad productiva

$$PEcp = \frac{CFT}{VT - CVT} * 100$$

$$PEcp = \frac{\$124138,62}{\$607937,61 - \$382476,06} * 100$$

$$\mathbf{PEcp = 55,06\%}$$

Punto de Equilibrio en función de las unidades producidas

$$CVU = \frac{CVT}{N^{\circ} \text{ Unidades}}$$

$$CVU = \frac{\$382476,06}{78.000}$$

$$CVU = \%4,90$$

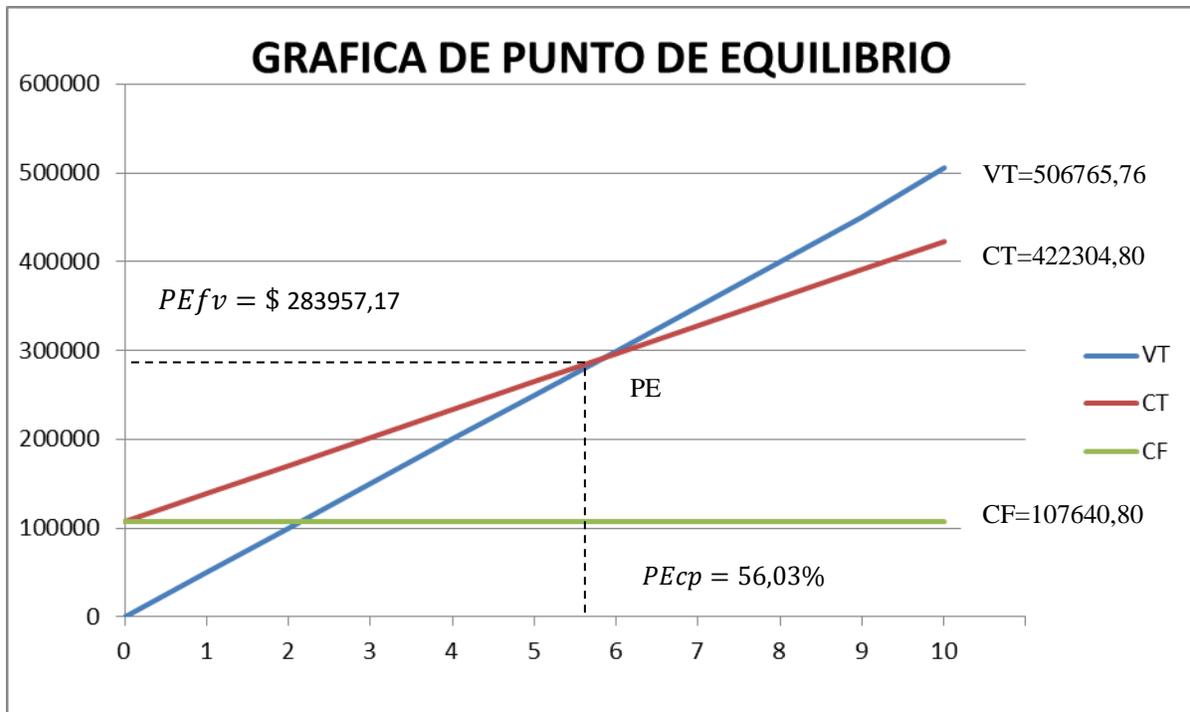
$$PEup = \frac{CFT}{PVU - CVU}$$

$$PEup = \frac{\$124138,62}{7,79 - 4,90}$$

$$**PEup = 42946,62**$$

Método grafico

AÑO 1

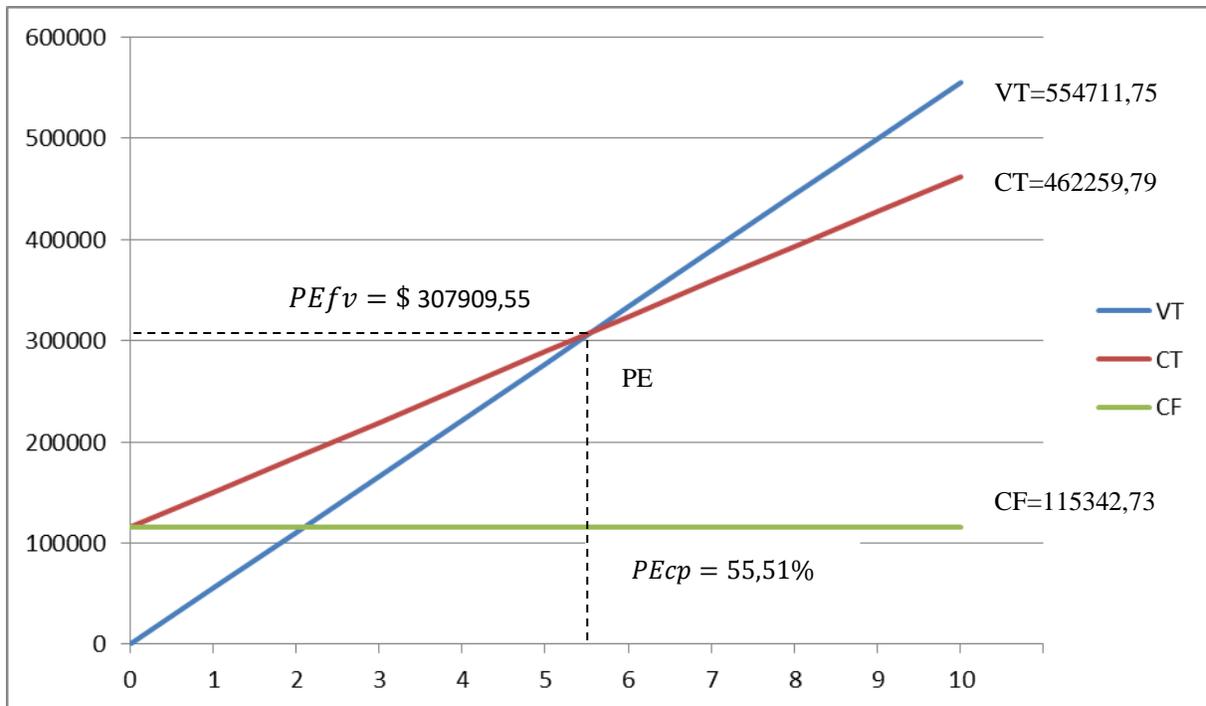


Gráfica 26. Gráfica de Punto de Equilibrio (Año 1).

Elaboración: Luis Calderón

Análisis.- En el primer año de vida útil del proyecto, la empresa debe tener ingresos por las ventas del licor de café de \$ 283,957.16 y debe trabajar con una capacidad productiva del 56,03 % para no ganar ni perder es decir para que los ingresos sean iguales a los egresos, si esta cantidad es mayor, la empresa obtendrá utilidades y si es menor existirán pérdidas para la empresa.

AÑO 3

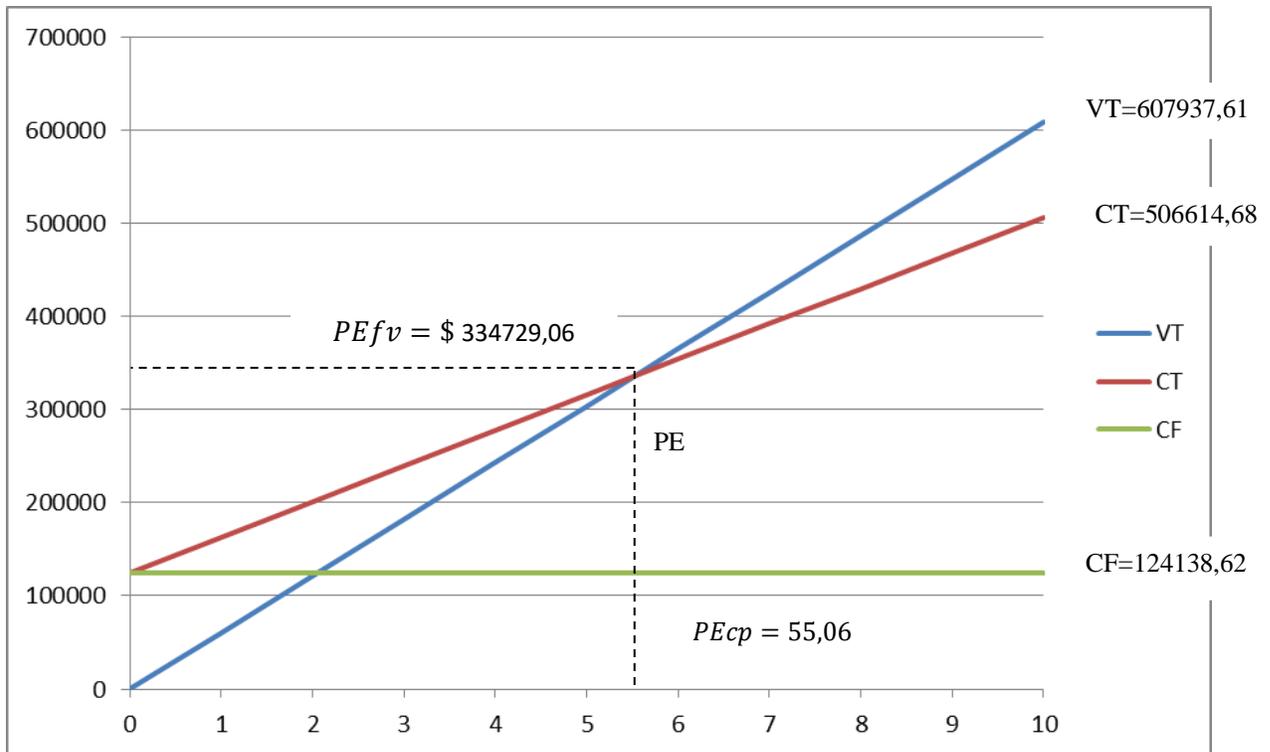


Gráfica 27. Punto de Equilibrio (Año 3).

Elaboración: Luis Calderón

Análisis.- En el tercer año de vida útil del proyecto, la empresa debe tener ingresos por las ventas del licor de café de \$ 307,909.55 y debe trabajar con una capacidad productiva del 55,51 % para no ganar ni perder es decir para que los ingresos sean iguales a los egresos, si esta cantidad es mayor, la empresa obtendrá utilidades y si es menor existirán pérdidas para la empresa.

AÑO 5



Gráfica 28. Punto de Equilibrio (Año 5).

Elaboración: Luis Calderón

Análisis.- En el quinto año de vida útil del proyecto, la empresa debe tener ingresos por las ventas del licor de café de \$ 334,729.06 y debe trabajar con una capacidad productiva del 55,06 % para no ganar ni perder es decir para que los ingresos sean iguales a los egresos, si esta cantidad es mayor, la empresa obtendrá utilidades y si es menor existirán pérdidas para la empresa.

4. EVALUACION FINANCIERA

4.1 FLUJO DE CAJA

Tabla 91. *Flujo de caja.*

Ingresos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	506.765,76	530.127,71	554.711,75	580.723,00	607.937,61
Valor residual	0,00	0,00	0,00	0,00	7.519,90
Otros ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total ingresos	506.765,76	530.127,71	554.711,75	580.723,00	615.457,51
Egresos					
Costo de producción	345.018,40	362.207,82	380.256,71	399.208,05	419.106,95
Costo de operación	77.286,40	79.565,27	82.003,08	84.727,79	87.507,73
Total egresos	422.304,80	441.773,09	462.259,79	483.935,83	506.614,68
Valor Gravamen(I-E)	84.460,96	88.354,62	92.451,96	96.787,17	108.842,84
(-) 15% utilidad trab.	12.669,14	13.253,19	13.867,79	14.518,08	16.326,43
(=) utilidad antes de imp.	71.791,82	75.101,43	78.584,17	82.269,09	92.516,41
(-) 25% impuesto a la renta	17.947,95	18.775,36	19.646,04	20.567,27	23.129,10
(=) Utilidad Neta	53.843,86	56.326,07	58.938,12	61.701,82	69.387,31
(+) Amort. Activo diferido	860,00	860,00	860,00	860,00	860,00
(+) depreciaciones	1.230,00	1.230,00	1.230,00	1.230,00	1.230,00
(=) FLUJO DE CAJA	55.933,86	58.416,07	61.028,12	63.791,82	71.477,31

Fuente: Tabla N° 86

Elaboración: Luis Calderón

4.2 VALOR ACTUAL NETO

Este indicador permite medir el incremento o disminución durante la etapa de duración u horizonte del proyecto.

Para calcular el valor actual neto utilizamos la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum VA - \text{Inversión}$$

Por tanto, es indispensable encontrar los valores actuales de los años de vida del proyecto.

Actualizar los valores significa calcular el valor que tiene hoy un valor monetario que se espera recibir en un futuro al mismo que se le aplica una determinada tasa de descuento.

Para nuestro cálculo se utiliza la tasa mínima de rendimiento que tomo como base el costo de capital para el financiamiento de la inversión.

Ti: 15

Pr: 7,5

$$TMAR = Ti + Pr + \left(\frac{Pr * Ti}{100}\right)$$

$$TMAR = 15 + 7,5 + \left(\frac{7,5 * 15}{100}\right)$$

$$TMAR = 23,63$$

$$i = \frac{TMAR}{100}$$

$$i = \frac{23,63}{100}$$

$$i = 0,2363$$

Tabla 92. *Valor actualizado.*

AÑO	FLUJO NETO	FACTOR DE DESCUENTO (15%)	VALOR ACTUALIZADO
1	55.933,86	0,808898	45244,78
2	58.416,07	0,654316	38222,56

3	61.028,12	0,529275	32300,64
4	63.791,82	0,428129	27311,14
5	71.477,31	0,346313	24753,50
TOTAL			167832,61

Fuente: Tabla N° 91

Elaboración: Luis Calderón

$$VAN = \sum VA - \text{Inversión}$$

$$VAN = 167832,61\$ - 81206,48 \$$$

$$VAN = 86626,13\$$$

4.3 TASA INTERNA DE RETORNO

Este indicador representa la tasa de rendimiento que se espera obtener de la inversión.

Para dicho cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

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

Tabla 93. TIR.

AÑO	FLUJO DE CAJA	F.Act.Tm (67%)	valor acumulado	F.Act.TM (68%)	VALOR ACTUALIZADO
1	55.933,86	0,598802	33493,33	0,595238	33293,97
2	58.416,07	0,358564	20945,92	0,354308	20697,30
3	61.028,12	0,214709	13103,30	0,210898	12870,70
4	63.791,82	0,128568	8201,61	0,125534	8008,07
5	71.477,31	0,076987	5502,83	0,074723	5340,99

	81246,98		80211,03
INVERSION	81.206,48	INVERSION	81.206,48
	40,50		-995,45

Fuente: Tabla N° 91

Elaboración: Luis Calderón

$$TIR = 67\% + 1\% \left(\frac{40,50\$}{40,50\$ - (-995,45\$)} \right)$$

$$TIR = 67\% + 1\%(0,04)$$

$$TIR = 67\% + 0,04$$

$$\mathbf{TIR = 67,04\%}$$

4.4 RELACIÓN BENEFICIO-COSTO

Permite conocer la utilidad que se obtiene cubre cada unidad monetaria invertida. Así mismo no es un indicador tan incidente pues su relación sube o baja en función del margen de utilidad sobre los costos.

Tabla 94. *Relación B/C.*

AÑO	ING.ORIGIN.	FACT. DESC. (23,63%)	ING. ACTUAL.	EGR. ORIGI.	FACT. DESC. (23,63%)	EGR. ACTUAL.
1	506765,76	0,808897877	506766,57	422304,80	0,808897877	422305,61
2	530127,71	0,654315775	530128,36	441773,09	0,654315775	441773,74
3	554711,75	0,529274641	554712,28	462259,79	0,529274641	462260,32
4	580723,00	0,428129133	580723,43	483935,83	0,428129133	483936,26
5	607937,61	0,346312747	607937,96	506614,68	0,346312747	506615,02
			2780268,60			2316890,96

Fuente: Tabla N° 84

Elaboración: Luis Calderón

$$RBC = \left(\frac{\sum \text{Ingresos actualizados}}{\sum \text{Egresos actualizado}} \right) - 1$$

$$RBC = \left(\frac{\$ 2780268,60}{\$ 2316890,96} \right) - 1$$

$$RBC = (1,20) - 1$$

$$RBC = 0,20$$

4.5 PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Este indicador permite mostrar a los accionistas el tiempo que la empresa necesita para recuperar la inversión realizada. No es un indicador rígido cada vez que detecte el margen de utilidad obteniendo; a mayores utilidades mayor tiempo de recuperación, pero no

constituye un indicador que sustancialmente la realización de una inversión. Para calcular el periodo de recuperación de capital se utiliza la siguiente fórmula:

Tabla 95. PRC

AÑO	FLUJO NETO	FACTOR DE DESCU.	FLUJO ACTUAL.	FLUJO ACUMULADO
1	55.933,86	0,808897877	45244,7822	45244,78
2	58.416,07	0,654315775	38222,55543	83467,34
3	61.028,12	0,529274641	32300,63831	
4	63.791,82	0,428129133	27311,13612	
5	71.477,31	0,346312747	24753,50267	

Fuente: Tabla N° 91

Elaboración: Luis Calderón

$$PRC = ASI + \left(\frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros flujos}}{FNASI} \right)$$

$$PRC = 2 + \left(\frac{\$ 81206,48 - \$ 83467,34}{\$ 58.416,07} \right)$$

$$PRC = 2 + \left(\frac{\$ - 2260,86}{\$ 58416,07} \right)$$

$$PRC = 2 + (-0,04)$$

$$PRC = 1,96$$

1 Año
11 Meses
12 Días

4.6 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Se denomina análisis de sensibilidad el procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta (qué tan sensible) es la TIR ante cambios en

determinadas variables del proyecto. El Análisis de Sensibilidad facilita el estudio de los resultados de un proyecto, puesto que indica el grado de riesgo que se pueda presentar en su trayectoria, para luego ver las posibilidades de cambiar o modificar de acuerdo a las circunstancias cambiantes de cada una de las variables que intervienen en el mismo. Las variables propensas a cambios son los costos y los ingresos. Si el criterio de decisión basado en el análisis de sensibilidad es el siguiente:

Si el coeficiente es $>$ que 1 el proyecto es sensible, los cambios reducen o anulan la rentabilidad.

Si el coeficiente es $<$ que 1 el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad.

Si el coeficiente es $=$ que 1 no hay efecto sobre el proyecto, el proyecto es indiferente a los cambios.

El cálculo de sensibilidad del Proyecto se lo hizo en base al siguiente procedimiento.

ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 11% EN LOS COSTOS

Tabla 96. *Análisis de sensibilidad con el incremento del 11% en los costos.*

Años	Costo orig.	Costo T. Orig. 11%	Ing. Orig	Flujo N.	Actualización			
					Fact. Act 40%	Valor Act.	Fact. Act 41%	Valor Act.
1	422304,80	468758,33	506765,76	38007,43	0,714286	27148,17	0,709220	26955,63
2	441773,09	490368,13	530127,71	39759,58	0,510204	20285,50	0,502993	19998,78
3	462259,79	513108,37	554711,75	41603,38	0,364431	15161,58	0,356732	14841,28
4	483935,83	537168,78	580723,00	43554,23	0,260308	11337,52	0,253002	11019,30
5	506614,68	562342,29	607937,61	45595,32	0,185934	8477,74	0,179434	8181,35
						82410,51		80996,33
						81.206,48		81.206,48
						1204,03		-210,16

Fuente: Tabla N° 94

Elaboración: Luis Calderón

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

$$NTIR = 40\% + 1\% \left(\frac{1204,03\$}{1204,03\$ - (-210,16\$)} \right)$$

$$NTIR = 40\% + 1\%(0,85)$$

$$NTIR = 40\% + 0,85$$

$$NTIR = 40,85\%$$

1. Diferencia de TIR

$$\mathbf{Dif.TIR = TIR\ Proy - NTIR}$$

$$\text{Dif. TIR} = 67,04\% - 40,85\%$$

$$\mathbf{Dif. TIR = 26,19\%}$$

2. Porcentaje de variación

$$\mathbf{\%Var = (Dif. TIR / TIR\ Proy) * 100}$$

$$\% Var = (26,19\% / 67,04\%) * 100$$

$$\mathbf{\%Var = 39,06\%}$$

3. Sensibilidad

$$\mathbf{Sensib = \%Var / NTIR}$$

$$\text{Sensib} = 39,06\% / 40,85\%$$

$$\mathbf{Sensib = 0,96}$$

ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCION DEL 9,2% EN LOS INGRESOS.

Tabla 97. *Análisis de sensibilidad con la disminución del 9,2% en los ingresos.*

Años	Costo orig.	Costo T. Orig. 9,2%	Ing. Orig	Flujo N.	Actualización			
					Fact. Act 40%	Valor Act.	Fact. Act 41%	Valor Act.
1	422304,80	506765,76	460143,31	37838,51	0,714286	27027,51	0,709220	26835,82
2	441773,09	530127,71	481355,96	39582,87	0,510204	20195,34	0,502993	19909,90
3	462259,79	554711,75	503678,27	41418,48	0,364431	15094,20	0,356732	14775,32
4	483935,83	580723,00	527296,48	43360,65	0,260308	11287,13	0,253002	10970,32
5	506614,68	607937,61	552007,35	45392,67	0,185934	8440,06	0,179434	8144,98
						82044,24		80636,34
						81.206,48		81.206,48
						837,76		-570,14

Fuente: Tabla N° 96

Elaboración: Luis Calderón

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

$$NTIR = 40\% + 1\% \left(\frac{837,76\$}{837,76\$ - (-570,14\$)} \right)$$

$$NTIR = 40\% + 1\%(0,60)$$

$$NTIR = 40\% + 0,60$$

$$NTIR = 40,60\%$$

1. Diferencia de TIR

$$\mathbf{Dif.TIR = TIR\ Proy - NTIR}$$

$$\text{Dif. TIR} = 67,04\% - 40,60\%$$

$$\mathbf{Dif. TIR = 26,44\%}$$

2. Porcentaje de variación

$$\mathbf{\%Var = (Dif. TIR / TIR\ Proy) * 100}$$

$$\% Var = (26,44\% / 67,04\%) * 100$$

$$\mathbf{\%Var = 39,45\%}$$

3. Sensibilidad

$$\mathbf{Sensib = \%Var / NTIR}$$

$$\text{Sensib} = 39,45\% / 40,60\%$$

$$\mathbf{Sensib = 0,97}$$

h. CONCLUSIONES

-A través del estudio de mercado se logró determinar que existe un alto grado de aceptación de licor de café puesto que por parte de los consumidores la demanda efectiva para el primer año de vida útil del proyecto es de 174.380 litros de licor de café.

-Mediante el estudio técnico se determinó que la ejecución de presente proyecto estará localizado en la ciudadela de La Argelia. El tamaño de la planta se lo ha determinado en base a las áreas departamentales que formarán parte de la empresa y, en lo relacionado a la ingeniería del proyecto, el licor de café estará conformado por la siguiente materia prima: café en grano, agua, azúcar, alcohol (vodka), canela y esencia de vainilla.

-A través del estudio administrativo, se determinó que la empresa estará conformada por la junta general de socios, gerencia, asesoría jurídica, asesoría contable, secretaría, producción, marketing y ventas.

-En lo referente al estudio financiero, se deduce que la inversión total del proyecto será de \$81.206,48 la TIR es de 67,04% EL VAN es de 86.626,13 la Relación B/C es de 0.20, el PRC es de 1 años 11 meses, 12 días, el análisis de sensibilidad incrementando los costos en un 11 % es de 0.96, y el análisis de sensibilidad disminuyendo los ingresos en un 9,2 % es de 0.97; indicadores que señalan que es aceptable poner en ejecución el proyecto.

i. RECOMENDACIONES

-Tomar en cuenta el presente estudio a fin de que se implemente la empresa dedicada a la producción y comercialización de licor de café en la ciudad de Loja.

-Tomar en cuenta la ubicación de la planta puesto que el sector de La Argelia ha sido escogido por su amplitud y porque posee todos los requerimientos necesarios para la producción a más de su cercanía para la adquisición de materia prima y por el fácil acceso a los servicios básicos. Así como también se recomienda se considere la materia prima y los materiales necesarios para llevar a cabo el proceso de producción del licor de café.

-Considerar el manual de funciones propuesto en el presente estudio a fin de evitar la duplicidad de funciones dentro del personal que formará parte de la empresa de licor de café.

-Considerar los resultados obtenidos del estudio financiero del presente proyecto puesto que los indicadores son positivos, por lo tanto se debe poner en ejecución el presente estudio.

-Poner en ejecución el presente estudio puesto que existe mano de obra calificada en nuestra ciudad para crear la empresa.

j. BIBLIOGRAFIA

Arnica, K., & Rojas, S. (2015). *Proyecto Licor de Cafe*. Estudio de Prefactibilidad Para La Elaboración de Licor de Café. <https://dokumen.tips/documents/proyecto-licor-de-cafe.html>

Ascencio, C., & García, J. (2012). Estudio de factibilidad técnica financiera para la elaboración de licor de café en el municipio de Jayaque y Tepecoyo. *Universidad Dr. José Matías Delgado. Facultad de Ingeniería*. <https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/BIBLIOTECAVIRTUAL/TESIS/05/INI/ADTESAE0001465.pdf>

Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos* (6.^a ed.). MCGRAW-HILL INTERAMERICANA

Barragán, M. (2015). Concepto de importancia de los Proyectos de inversión. *Finanzas y Negocios*, 13. <https://prezi.com/p/qf8yko0e5ad4/concepto-de-importancia-de-los-proyectos-de-inversion/>

Candelas. (2013). *La historia del café*. Cafés Candelas. <https://www.cafescandelas.com/el-cafe/historia-del-cafe>

Castañeda, D. (2008). *ASPECTOS LEGALES DEL PROYECTO*. Marco Legal. <https://prezi.com/tdn9s9-dit3r/aspectos-legales-del-proyecto/?frame=28f90a328e460fb4a4ff292bb10f1a2ece574031>

Chain, N. (2011). *Proyectos de inversión* (2.^a ed.). Pearson Educación

Consejo Cafetalero Nacional. (2013). *Situación del sector cafetalero Ecuatoriano*.

<https://www.yumpu.com/es/document/read/31064219/situacion-sector-cafe-ecu-2013-consejo-cafetalero-nacional->

De la Colina, J. (2007). *Mercadeo Turístico. Concepto Del Producto*.
https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo_Turistico_-_LS2.2._Concepto_de_Producto_Turistico.pdf

Economipedia. (2012). *Niveles jerárquicos*.
<https://sites.google.com/site/abrilbernardo2015/home/niveles-jerarquicos>

ForúmCafé. (2019). *Café de Ecuador*. Revista Del Forúm Cultural Del Café.
<https://www.revistaforumcafe.com/el-cafe-en-ecuador>

García, B. (2014). *Amor por el café: El libro del café y su gastronomía*.
<https://www.goodreads.com/book/show/25081441-amor-por-el-caf>

González, A. (2018). *Tipos de productos | Clases de productos*. Clasificación de Los Productos. <https://www.emprendepyme.net/tipos-de-productos.html>

Guillén, L., Palacios, H., & Montenegro, J. (2011). Estudio de factibilidad para la creación de una planta procesadora de licor de café en el municipio de Estelí, Nicaragua. *Universidad Nacional de Ingeniería*.
https://www.academia.edu/7689606/Tesis_licor_de_cafe_doc_final

Huerta, F. (2016). *Proyecto Elaboracion de Licor de Café*. Academia.Edu.
https://www.academia.edu/31098765/Proyecto_Elaboracion_de_Licor_de_Cafe

Jiménez, J. (2017). *Proyecto de Inversión para la Implementación de un Parque Recreacional en la Ciudad de Cariamanga* [Universidad Nacional de Loja].

[https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/18945/1/Johanna del Cisne Jiménez Molina.pdf](https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/18945/1/Johanna%20del%20Cisne%20Jim%C3%A9nez%20Molina.pdf)

López, M., Aceves, J., Pellat, A., & Puerta, C. (2010). *Estudio administrativo: un apoyo en la estructura organizacional del proyecto de inversión*.
<https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudioadmtivo.pdf>

Millones, L. (2007). *Los Activos Fijos*. Monografía.
<https://www.monografias.com/trabajos51/activos-fijos/activos-fijos.shtml>

Morales, J., & Morales, A. (2009). *Proyectos de inversión: Evaluación y Formulación*.
www.LibrosEnPdf.org

Muente, G. (2019). *Punto de equilibrio de una empresa: ¿qué es y cómo calcularlo?*
<https://rockcontent.com/es/blog/punto-de-equilibrio/>

Pasaca, M. (2017). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*.
<https://isbn.cloud/9789942284570/formulacion-y-evaluacion-de-proyectos-de-inversion/>

Pérez, A. (2012). Estudio financiero: en qué consiste y cómo llevarlo a cabo. *OBS*.
<https://www.obsbusiness.school/blog/estudio-financiero-en-que-consiste-y-como-llevarlo-cabo>

Raffino, M. (2020). *Proyecto de Inversión - Qué es, tipos, planeación y etapas*.
<https://concepto.de/proyecto-de-inversion/>

Reyes, J. (2011). *Proyectos de Inversión. Escuela Superior Tepeji Del Río*.
https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tepeji/administracion/document

os/tema/Proyectos_de_Inversion.pdf

- Rosero, M. (2013). Estudio de factibilidad para la producción y comercialización de café pergamino seco en la parroquia Apuela de Zona I. *Universidad Técnica Del Norte*, 1–10. [http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/2439/1/02 ICA 545 TESIS.pdf](http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/2439/1/02_ICA_545_TESIS.pdf)
- Salinas, J. (2002). *Las Partidas de Ajuste. ¿Cómo Se Deben Registrar Los Ajustes Contables En El caso de La Depreciación y Las Cuentas Incobrables?* <https://www.coursehero.com/file/68890751/Las-Partidas-de-Ajuste-Foro-No-71docx/>
- Such, M. (2011). *Proceso de producción. Secuencias Del Proceso Productivo.* https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19047/1/Tema_4_-_Proceso_de_produccion.pdf
- Vallejo, L. (2016). *Marketing en productos y servicios.* [http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-17-224443-marketing en productos y servicios-comprimido.pdf](http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-17-224443-marketing-en-productos-y-servicios-comprimido.pdf)
- Villalobos, J., Huerta, F., Mendoza, L., & Rueda, C. (2016). Proyecto Elaboración de Licor de Café. *Universidad Popular de Nicaragua.* https://www.academia.edu/31098765/Proyecto_Elaboracion_de_Licor_de_Cafe
- Viñán, J., Puente, M., Ávalos, J., & Córdova, J. (2018). Proyectos de inversión: Un enfoque práctico. *Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.* [http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-19-211329-63 Libro Proyectos de inversión un enfoque práctico.pdf](http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-19-211329-63_Libro_Proyectos_de_inversion_un_enfoque_practico.pdf)
- Vivanco, J. (2018). ¿Cuándo y cómo llegó el café a Loja?: *Noticias Loja: La Hora*

Noticias de Ecuador, Sus Provincias y El Mundo.

<https://lahora.com.ec/loja/noticia/1102169181/cuando-y-como-llego-el-cafe-a-loja>

k. ANEXOS

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

1.- Edad.....

2.-Genero.....

3.- ¿Consume Licor?

SI () NO ()

Si su respuesta es NO, finaliza la encuesta.

4.- ¿Al momento de elegir su licor, cuál es su preferencia?

Mejor precio () Calidad recomendada o conocida () Imagen y diseño de la botella
()

5.- ¿En qué lugares frecuenta su consumo?

Discotecas () Bares () Reuniones ()

6.- ¿Le gustaría consumir Licor de Café?

Si () No ()

7.-¿Con que frecuencia consumiría licor de café?

Quincenalmente () Mensualmente () Trimestralmente ()

8.-¿Qué cantidad de licor consumiría de acuerdo a la frecuencia?

1 Litro () 2 Litros () Más de 2 Litros ()

9.-¿En caso de que se creara una empresa productora y comercializadora de licor de café, estaría dispuesto a adquirir el producto?

SI () NO ()

10.- ¿En qué presentación le gustaría adquirir el producto?

Envase de vidrio ½ litro () Envase de vidrio 1 litro ()

11.-¿En dónde le gustaría adquirir el producto?

Tiendas () Supermercados () Licoreras ()

12.- ¿Mediante cuales redes sociales le gustaría conocer el producto?

Facebook () Instagram ()

13.-¿Por qué medios de comunicación le gustaría conocer el producto?

Televisión () Radio ()

14.-¿En que horarios le gustaría conocer el producto?

Matutino () Vespertino () Nocturno ()

GACIAS POR SU COLABORACION

ESQUEMA DE CONTENIDOS

CARATULA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ESQUEMA DE CONTENIDOS	vii
a. TÍTULO	1
b. RESUMEN	2
ABSTRACT	3
c. INTRODUCCIÓN	4
d. REVISIÓN DE LITERATURA	6
1. MARCO REFERENCIAL	6
2. MARCO TEÓRICO	8
2.1. PROYECTOS DE INVERSIÓN	8
2.1.1. Origen de un proyecto de inversión	8
2.1.2. Estructura de un proyecto	8
2.1.2.1 Estudio de mercado	9
2.1.2.1.1 Objetivos y generalidades del estudio de mercado	9

2.1.2.1.2. Demanda.....	10
2.1.2.1.2.1. Cómo se analiza la demanda	10
2.1.2.1.2.2. Tipos de demanda.....	11
2.1.2.1.3. Oferta.....	13
2.1.2.1.4. Producto.....	13
2.1.2.1.4.1. Clasificación de los productos.....	13
2.1.2.1.5. Costos	14
2.1.2.1.6. Precio.....	15
2.1.2.1.7. Canales de distribución.....	15
2.1.2.1.8. Publicidad y propaganda	16
2.1.2.2. Estudio técnico.....	16
2.1.2.2.1. Elementos del estudio técnico.....	17
2.1.2.2.2. Localización de la planta de producción	18
2.1.2.2.3 Ingeniería del proyecto	18
2.1.2.3. Estudio legal	20
2.1.2.4. Estudio administrativo	20
2.1.2.5. Estudio financiero	23
2.1.2.5.1. Inversión	23
2.1.2.5.2. Costos	23
2.1.2.5.3. Capital de trabajo	24

2.1.2.5.4. Depreciación	24
2.1.2.5.5. Activos.....	24
2.1.2.5.6. Financiamiento.....	24
2.1.2.5.7. Estado de Pérdidas y Ganancias.....	25
2.1.2.5.8. Punto de equilibrio	25
2.1.2.5.9. Flujo de Caja.....	27
2.1.2.6. Evaluación financiera ´	29
2.1.2.6.1. Valor actual neto (VAN)	29
2.1.2.6.2. Periodo de recuperación de capital.....	31
2.1.2.6.3. Tasa interna de retorno (TIR)	31
2.1.2.6.4. La relación beneficio- costo.....	32
2.1.2.6.5. Análisis de sensibilidad	33
2.2. EL CAFÉ	33
2.2.1. Historia del café.....	34
2.2.2. Cultivo y recolección del café	36
2.2.3. El café en ecuador.....	37
2.2.4. El café en Loja.....	38
2.2.5. Licor de café.....	40
2.2.5.1. Origen del licor de café	40
2.2.5.2. Producto licor de café.....	40

e. METODOLOGÍA	41
1. MATERIALES	41
2. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	41
2.1. MÉTODO CIENTÍFICO	41
2.1.1. Método deductivo	42
2.1.2. Método inductivo.....	42
2.1.3. Método analítico	42
3. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	42
3.1. BIBLIOGRÁFICA	42
3.2. ENCUESTA.....	42
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	43
4. PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	45
f. RESULTADOS	46
1. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LA POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE LA CIUDAD DE LOJA	46
g. DISCUSIÓN.....	64
PROYECTO DE FACTIBILIDAD LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LICOR DE CAFÉ EN LA CIUDAD DE LOJA.....	65
1. ESTUDIO DE MERCADO	65

1.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	65
1.2 ANALISIS DE LA OFERTA	70
1.3 ANALISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA	72
1.4 PLAN DE COMERCIALIZACION	72
2. ESTUDIO TECNICO	75
2.1 TAMAÑO.....	75
2.2 LOCALIZACION DE LA EMPRESA	78
2.3 DISTRIBUCION DE LA PLANTA	86
2.4 BASE LEGAL	87
2.5 ORGANIGRAMAS	88
2.6 MANUAL DE FUNCIONES	93
3. ESTUDIO FINANCIERO	103
3.1 INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO	103
3.2 ANALISIS DE COSTOS	118
3.3 COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	125
3.4 COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN	127
3.5 PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO (PVP).....	128
3.7 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	130
3.8 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	131
4. EVALUACION FINANCIERA.....	141

	166
4.1 FLUJO DE CAJA	141
4.2 VALOR ACTUAL NETO.....	141
4.3 TASA INTERNA DE RETORNO.....	143
4.4 RELACIÓN BENEFICIO-COSTO	144
4.5 PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL.....	145
4.6 ANALISIS DE SENSIBILIDAD.....	146
h. CONCLUSIONES	152
i. RECOMENDACIONES	153
j. BIBLIOGRAFIA	154
k. ANEXOS	159
ESQUEMA DE CONTENIDOS	161
ÍNDICE DE TABLAS	167
ÍNDICE DE GRÁFICAS	172

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Estado de Pérdidas y Ganancias	25
Tabla 2. Edad de la población encuestada.....	46
Tabla 3. Género de la población encuestada	47
Tabla 4. Consumo de licor.....	48
Tabla 5. Edad / Genero / Consumo de Licor (HOMBRES)	49
Tabla 6. Edad / Genero / Consumo de Licor (MUJERES).....	50
Tabla 7. Preferencia.	51
Tabla 8. Lugares frecuentes de consumo.	52
Tabla 9. Consumo de licor de café.....	53
Tabla 10. Frecuencia de Consumo.....	54
Tabla 11. Consumo de Licor según la frecuencia.....	55
Tabla 12. Cantidad de Licor de acuerdo a la frecuencia de consumo	57
Tabla 13. Personas que adquirirían nuestro producto.	58
Tabla 14. Presentación del producto.	59
Tabla 15. Lugar para adquirir el producto.....	60
Tabla 16. Redes Sociales.....	61
Tabla 17. Medios de Comunicación	62
Tabla 18. Horario.....	63
Tabla 19. Demanda Potencial.....	66
Tabla 20. Demanda Real.	66
Tabla 21. Demanda Efectiva.	67
Tabla 22. Consumo Per cápita.	68

Tabla 23. Demanda efectiva en unidades.....	70
Tabla 24. Total de Ventas.....	70
Tabla 25. Tasa de Crecimiento.....	71
Tabla 26. Proyección de la oferta	71
Tabla 27. Demanda Insatisfecha (botellas de 1lt).....	72
Tabla 28. Capacidad Utilizada.....	76
Tabla 29. Participación en el mercado.....	77
Tabla 30. Proceso productivo Fase N°1.....	81
Tabla 31. Proceso productivo Fase N°2	82
Tabla 32. Presupuesto de Maquinaria y equipo.....	103
Tabla 33. Presupuesto de Herramientas.....	104
Tabla 34. Presupuesto de vehículo.....	105
Tabla 35. Presupuesto de Equipo de oficina	105
Tabla 36. Presupuesto de Muebles y encerados.....	105
Tabla 37. Presupuesto de Equipo de cómputo.....	106
Tabla 38. Presupuesto de Utilería y menaje.....	106
Tabla 39. Resumen de activos fijos.....	107
Tabla 40. Activo diferido.....	107
Tabla 41. Materia prima directa.....	108
Tabla 42. Materia prima indirecta.....	109
Tabla 43. Material de Combustión.....	109
Tabla 44. Utilería y Menaje.....	109
Tabla 45. Mano de obra directa.....	109
Tabla 46. Mano de obra indirecta.....	110

Tabla 47. Energía eléctrica.	110
Tabla 48. Agua potable	111
Tabla 49. Indumentaria	111
Tabla 50. Cuadro resumen de costos de producción.....	111
Tabla 51. Presupuesto de sueldos y salarios.....	112
Tabla 52. Presupuesto de Arriendo del local.....	113
Tabla 53. Presupuesto de útiles de oficina.	113
Tabla 54. Presupuesto de útiles de aseo.	114
Tabla 55. Cuadro resumen de gastos administrativos.....	115
Tabla 56. Presupuesto de publicidad y promoción.	116
Tabla 57. Presupuesto de sueldos y salarios.....	116
Tabla 58. Cuadro resumen de gastos de ventas.	116
Tabla 59. Cuadro resumen de capital de trabajo.....	117
Tabla 60. Cuadro resumen de la inversión	117
Tabla 61. Financiamiento de la inversión	117
Tabla 62. Costo de la producción.	118
Tabla 63. Depreciación de maquinaria y equipo	118
Tabla 64. Depreciación de herramientas.	119
Tabla 65. Cuadro resumen de los costos de producción.	119
Tabla 66. Gastos Administrativos.....	120
Tabla 67. Depreciación de equipo de oficina.	120
Tabla 68. Depreciación de equipo de cómputo.	121
Tabla 69. Reinversión de activos fijos.	121
Tabla 70. Depreciación de muebles y enceres.....	121

Tabla 71. Cuadro resumen de los gastos de administración.....	122
Tabla 72. Presupuesto de combustibles y lubricantes.....	123
Tabla 73. Presupuesto de matrícula de vehículo.....	123
Tabla 74. Presupuesto de mantenimiento de vehículo mensual	123
Tabla 75. Depreciación de vehículo.....	124
Tabla 76. Cuadro resumen de los gastos de ventas.....	124
Tabla 77. Préstamo.....	124
Tabla 78. Préstamo.....	125
Tabla 79. Intereses.	125
Tabla 80. Costo total de producción.	126
Tabla 81. Costo total de producción.	127
Tabla 82. Proyección presupuestaria para los 5 años del proyecto.....	128
Tabla 83. Costo unitario de producción para cada año.	129
Tabla 84. Ingresos por ventas.	130
Tabla 85. Valor residual.	130
Tabla 86. Estado de pérdidas y ganancias.	131
Tabla 87. Punto de equilibrio.....	131
Tabla 88. Punto de equilibrio año 1.	132
Tabla 89. Punto de equilibrio año 3.	134
Tabla 90. Punto de equilibrio año 5	135
Tabla 91. Flujo de caja.	141
Tabla 92. Valor actualizado.....	142
Tabla 93. TIR.....	143
Tabla 94. Relación B/C.	145

Tabla 95. PRC.....	146
Tabla 96. Análisis de sensibilidad con el incremento del 11% en los costos.....	148
Tabla 97. Análisis de sensibilidad con la disminución del 9,2% en los ingresos.....	150

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1. <i>Edad de la población encuestada</i>	46
Gráfica 2. <i>Género de la población encuestada</i>	47
Gráfica 3. <i>Consumo de licor</i>	48
Gráfica 4. <i>Edad / Genero / Consumo de Licor (HOMBRES)</i>	49
Gráfica 5. <i>Edad / Genero / Consumo de Licor (MUJERES)</i>	50
Gráfica 6. <i>Preferencia</i>	51
Gráfica 7. <i>Lugares frecuentes de consumo</i>	52
Gráfica 8. <i>Consumo de licor de café</i>	53
Gráfica 9. <i>Frecuencia de Consumo</i>	54
Gráfica 10. <i>Consumo de Licor según la Frecuencia</i>	56
Gráfica 11. <i>Cantidad de Licor de acuerdo a la frecuencia de consumo</i>	57
Gráfica 12. <i>Personas que adquirirían nuestro producto</i>	58
Gráfica 13. <i>Presentación del producto</i>	59
Gráfica 14. <i>Lugar para adquirir el producto</i>	60
Gráfica 15. <i>Redes sociales</i>	61
Gráfica 16. <i>Medios de Comunicación</i>	62
Gráfica 17. <i>Horario</i>	63
Gráfica 18. <i>Canal de Comercialización</i>	74
Gráfica 19. <i>País Ecuador</i>	78
Gráfica 20. <i>Provincia de Loja, Cantón Loja, Región: Zona 7</i>	79
Gráfica 21. <i>Sector la Argelia</i>	79
Gráfica 22. <i>Diagrama de proceso de recorrido de la producción de Licor de Café</i>	85

Gráfica 23. <i>Organigrama estructural de la empresa</i>	90
Gráfica 24. <i>Organigrama funcional de la empresa</i>	92
Gráfica 25. <i>Organigrama de posición de la empresa</i>	93
Gráfica 26. <i>Gráfica de Punto de Equilibrio (Año 1)</i>	138
Gráfica 27. <i>Punto de Equilibrio (Año 3)</i>	139
Gráfica 28. <i>Punto de Equilibrio (Año 5)</i>	140