



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja
Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Administración de Empresas

**Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa
productora y comercializadora de maní confitado de piña en
la ciudad de Loja, provincia Loja.**

**Trabajo de Titulación previo a la
obtención del título de Ingeniera en
Administración de Empresas**

AUTORA:

Leidy Nathaly Ochoa Salazar

DIRECTORA:

Ing. Vanessa Burneo Celi. Mg. Sc.

Loja - Ecuador

2022

Certificación del Trabajo de titulación


Loja, 16 de marzo de 2022

Ing. Vanessa Burneo Celi. Mg.Sc.

DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Certifico:

Que he revisado y orientado todo proceso de la elaboración del trabajo de Titulación del grado titulado: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MANÍ CONFITADO DE PIÑA EN LA CIUDAD DE LOJA, PROVINCIA LOJA”**, de autoría de la estudiante Leidy Nathaly Ochoa Salazar, previa a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja para el efecto, autorizo la presentación para la respectiva sustentación y defensa.

**VANESSA
BURNEO CELI**  Firmado digitalmente
por VANESSA BURNEO
CELI
Fecha: 2022.03.16
09:16:59 -05'00'

Ing. Vanessa Burneo Celi. Mg.Sc

DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Autoría

Yo, Leidy Nathaly Ochoa Salazar, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi trabajo de titulación en el Repositorio Digital Institucional - Biblioteca Virtual.

Firma:

Cédula de identidad: 1150185054

Fecha: Loja, 21 de junio del 2022

Correo electrónico: leidy.ochoa@unl.edu.ec

Teléfono o celular: 0959685976

Carta de Autorización

Yo, Leidy Nathaly Ochoa Salazar declaro ser autora del trabajo de titulación titulado: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MANÍ CONFITADO DE PIÑA EN LA CIUDAD DE LOJA, PROVINCIA LOJA”**. Como requisito para optar el título de **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS** autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos y de investigación muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, 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 21 días del mes de junio del 2022.

Firma:

Autora: Leidy Nathaly Ochoa Salazar

Cédula: 1150185054

Correo electrónico: leidy.ochoa@unl.edu.ec

Dirección: Los Olivos

Celular: 0959685976

DATOS COMPLEMENTARIOS

Directora de tesis: Ing. Vanessa Burneo Celi Mg. Sc.

Presidente del tribunal: Ing. Raúl Ernesto Chávez Guamán Mg. Sc.

Vocal del tribunal: Ing. Óscar Aníbal Gómez Cabrera, PhD.

Vocal del tribunal: Ing. Talía del Rocío Quizhpe Salazar MAE.

Dedicatoria

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

A mis padres Vasco Rodrigo Salazar y Carla Salazar Chamba, por haberme apoyado incondicionalmente en toda mi carrera profesional, que con esfuerzo y esmero han logrado que pueda concluir mis estudios de educación superior.

A mi esposo Jonathan Rodríguez por la comprensión, la paciencia y el apoyo moral e incondicional brindado durante mi etapa universitaria.

Leidy Nathaly Ochoa Salazar

Agradecimiento

Expreso mis sinceros agradecimientos a la Universidad Nacional de Loja, por haberme abierto las puertas y permitido formarme como profesional, a todos los docentes de la Carrera de Administración de Empresas de la modalidad de estudios presenciales, por la formación académica y los conocimientos aportados que hoy están reflejados en mi trabajo de tesis.

Agradezco de manera especial a la Ing. Vanessa Burneo Celi. Mg. Sc., en calidad de directora de tesis por el tiempo brindado, la dedicación y más que todo por la ayuda incondicional durante el desarrollo y culminación del presente trabajo investigativo.

Finalmente agradezco a las familias de la zona urbana de la ciudad de Loja, a los gerentes de los supermercados y demás negocios por su colaboración e información brindada, para llevar a cabo la presente tesis.

Leidy Nathaly Ochoa Salazar

Índice de Contenidos

Portada.....	i
Certificación del Trabajo de titulación.....	ii
Autoría.....	iii
Carta de Autorización.....	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de Contenidos.....	vii
Índice de tablas.....	vii
Índice de Figuras	xiii
1. Título	1
2. Resumen.....	2
2.1. Abstract.....	3
3. Introducción	4
4. Marco Teórico.....	7
5. Metodología	26
6. Resultados	33
7. Discusión.....	55
8. Conclusiones	67
9. Recomendaciones.....	69
10. Bibliografía	70
11. Anexos.....	72

Índice de tablas

Tabla 1 Proyección de las familias de la ciudad de Loja	29
Tabla 2 Distribución muestral de las encuestas.....	30
Tabla 3 Supermercados de la ciudad de Loja.....	31
Tabla 4 Proveedores de maní de la ciudad de Loja.....	32
Tabla 5 Consumo de maní.....	33
Tabla 6 Consumo de maní confitado.....	33
Tabla 7 Cantidad y frecuencia de consumo de maní confitado.....	34
Tabla 8 Promedio semanal de consumo de maní confitado (Gramos).....	35
Tabla 9 Promedio mensual de consumo de maní confitado (Gramos).....	35

Tabla 10	Promedio anual de consumo de maní confitado (Gramos)	36
Tabla 11	Resumen en gramos	36
Tabla 12	Consumo promedio anual de maní confitado en gramos	36
Tabla 13	Tipo de presentación del maní confitado	37
Tabla 14	Lugar de adquisición del maní confitado	37
Tabla 15	Precio promedio que se paga por el maní confitado	38
Tabla 16	Precio promedio que se paga por el maní confitado de (75gr).....	39
Tabla 17	Precio promedio que se paga por el maní confitado de (75gr).....	39
Tabla 18	Precio promedio que se paga por el maní confitado de (100gr).....	40
Tabla 19	Precio promedio que se paga por el maní confitado de (100gr).....	40
Tabla 20	Precio promedio que se paga por el maní confitado de (150gr).....	40
Tabla 21	Precio promedio que se paga por el maní confitado de (150gr).....	40
Tabla 22	Tipo de promoción que recibe del producto.....	41
Tabla 23	Consumo de la nueva unidad productiva	42
Tabla 24	Tipo de presentación del nuevo producto	42
Tabla 25	Cantidad en gramos del nuevo producto	43
Tabla 26	Factores que determinan la compra del producto.....	44
Tabla 27	Lugar de adquisición del nuevo producto	45
Tabla 28	Medios de comunicación digital para dar información del nuevo producto	46
Tabla 29	Medios de comunicación tradicional para dar información del nuevo producto	46
Tabla 30	Tipo de promoción del nuevo producto	47
Tabla 31	Tarrinas de 75gr que expenden los negocios	49
Tabla 32	Tarrinas de 100gr que expenden los negocio negocios.....	49
Tabla 33	Tarrinas de 150gr expende en el negocio.....	49
Tabla 34	Productor de maní	51
Tabla 35	Tipo de maní que produce	52
Tabla 36	Cantidad que produce en quintales.....	52
Tabla 37	A quien comercializa.....	54
Tabla 38	Proveer materia prima a la nueva empresa.....	54
Tabla 39	Proyección de la población	55
Tabla 40	Demanda Potencial Real	56
Tabla 41	Demanda Real de maní confitado en gramos.....	56
Tabla 42	Demanda Efectiva de maní confitado en gramos.....	57

Tabla 43	Ventas anuales de maní confitado en los supermercados de la ciudad de Loja.....	57
Tabla 44	Proyección de la oferta.....	58
Tabla 45	Demanda insatisfecha de maní confitado.....	58
Tabla 46	Componente tecnológico.....	66
Tabla 47	Capacidad Diseñada o Teórica.....	66
Tabla 48	Capacidad instalada del proyecto.....	67
Tabla 49	Porcentaje de capacidad utilizada para trabajar.....	67
Tabla 50	Producción de maní confitado de piña en envases (tarrinas plásticas) de 100gr.	68
Tabla 51	Capacidad de reserva.....	68
Tabla 52	Participación en el mercado.....	69
Tabla 53	Ficha técnica de la Máquina Grageadora.....	73
Tabla 54	Ficha técnica de la Etiquetadora y Selladora.....	73
Tabla 55	Ficha técnica de la Envasadora automática de tarrinas.....	74
Tabla 56	Ficha técnica de la Balanza industrial.....	74
Tabla 57	Ficha técnica de la Mesa de trabajo.....	74
Tabla 58	Ficha silla metálica.....	75
Tabla 59	Ficha técnica de la vitrina para confitería.....	75
Tabla 60	Ficha técnica del sillón ejecutivo.....	76
Tabla 61	Ficha técnica escritorio ejecutivo.....	76
Tabla 62	Ficha técnica del estante archivador.....	76
Tabla 63	Ficha técnica de la silla de oficina.....	77
Tabla 64	Ficha técnica de la mesa de reuniones.....	77
Tabla 65	Ficha técnica del stand demostrativo para ventas.....	77
Tabla 66	Ficha técnica del escritorio.....	78
Tabla 67	Ficha técnica de la silla giratoria.....	78
Tabla 68	Ficha técnica de la Bandeja de aluminio.....	78
Tabla 69	Ficha técnica del Cucharon de acero.....	79
Tabla 70	Ficha técnica de la pala de acero.....	79
Tabla 71	Ficha técnica del juego de utensilios.....	79
Tabla 72	Ficha técnica del computador de escritorio.....	80
Tabla 73	Ficha técnica copiadora/impresora.....	80
Tabla 74	Ficha técnica de la sumadora.....	81
Tabla 75	Ficha técnica del teléfono inalámbrico.....	81

Tabla 76 Ficha técnica de la cámara de seguridad	82
Tabla 77 Ficha técnica del vehículo	82
Tabla 78 Distribución de la planta	84
Tabla 79 Flujograma de proceso para la producción diaria de maní confitado de piña de 100gramos	86
Tabla 80 Simbología del diagrama de flujo	87
Tabla 81 Ficha técnica del maní confitado de piña	88
Tabla 82 Balance de Materia prima anual.....	90
Tabla 83 Cuadro orgánico de cargos de la empresa “Confitería la lojanita”	95
Tabla 84 Clasificación de puestos de la empresa “Confitería la lojanita”	100
Tabla 85 Manual de Funciones del Gerente de la empresa “Confitería la lojanita Cía. Ltda.” 2	
Tabla 86 Manual de Funciones del Asesor Jurídico de la empresa“Confitería la lojanita Cía. Ltda.”.....	3
Tabla 87 Manual de Funciones de la Secretaria-Contadora de la empresa“Confitería la lojanita Cía. Ltda.”	4
Tabla 88 Manual de Funciones del Jefe de Producción de la empresa“Confitería la lojanita Cía. Ltda.”	5
Tabla 89 Manual de Funciones del Jefe de Ventas de la empresa“Confitería la lojanita Cía. Ltda.”	6
Tabla 90 Manual de Funciones de los Obreros de la empresa“Confitería la lojanita Cía. Ltda.”	7
Tabla 91 Manual de Funciones del chofer-vendedor de la empresa“Confitería la lojanita Cía. Ltda.”	8
Tabla 92 Maquinaria y Equipo	9
Tabla 93 Muebles y enseres producción	10
Tabla 94 Muebles y Enseres Administración.....	10
Tabla 95 Muebles y Enseres Ventas.....	10
Tabla 96 Equipo de Oficina.....	11
Tabla 97 Línea telefónica	11
Tabla 98 Equipo de Cómputo.....	11
Tabla 99 Equipo de seguridad	12
Tabla 100 Vehículo	12
Tabla 101 Resumen de las inversiones de los activos fijos	12

Tabla 102 Inversión en Activos Diferidos	13
Tabla 103 Materia Prima Directa	14
Tabla 104 Proyección de Materia Prima Directa	15
Tabla 105 Mano de Obra Directa	15
Tabla 106 Proyección de Mano de Obra Directa	15
Tabla 107 Resumen Costos de producción	16
Tabla 108 Materia Prima Indirecta.....	16
Tabla 109 Proyección de Materia prima indirecta	17
Tabla 110 Mano de Obra Indirecta.....	17
Tabla 111 Proyección de Mano de Obra Indirecta.....	17
Tabla 112 Agua potable	18
Tabla 113 Proyección del Agua Potable	18
Tabla 114 Prorrato de Agua potable para Producción.....	18
Tabla 115 Energía Eléctrica	19
Tabla 116 Proyección del Energía Eléctrica	19
Tabla 117 Prorrato de Energía Eléctrica para Producción	19
Tabla 118 Arriendo	20
Tabla 119 Prorrato de Arriendo para Producción.....	20
Tabla 120 Indumentaria de Trabajo	21
Tabla 121. Proyección de Indumentaria de Trabajo.....	21
Tabla 122 Implementos de Seguridad	21
Tabla 123 Proyección Implementos de Seguridad	21
Tabla 124 Implementos de Producción	22
Tabla 125 Proyección del Implementos de Producción	22
Tabla 126 Útiles de Aseo para Producción	22
Tabla 127 Proyección de Útiles de Aseo para Producción	23
Tabla 128 Resumen de Costos Indirectos de Fabricación.....	23
Tabla 129 Sueldo Personal Administrativo.....	24
Tabla 130 Proyección del Sueldo Personal Administrativo.....	24
Tabla 131 Prorrato de Agua potable para Administración	24
Tabla 132 Prorrato de Energía Eléctrica para Administración.....	25
Tabla 133 Prorrato de Arriendo para Administración	25
Tabla 134 Servicio telefónico.....	26

Tabla 135 Servicio de Internet	26
Tabla 136 Proyección del Servicio de Internet	27
Tabla 137 Útiles de Oficina Administración.....	27
Tabla 138 Proyección de Útiles de Oficina Administración.....	27
Tabla 139 Útiles de Aseo Administración	28
Tabla 140 Proyección Útiles de Aseo Administración	28
Tabla 141 Resumen Gastos de Administración	28
Tabla 142 Sueldo para el personal de Ventas.....	29
Tabla 143 Proyección de Sueldo para el personal de Ventas.....	29
Tabla 144 Prorrato de Arriendo para Ventas.....	30
Tabla 145 Prorrato de Energía Eléctrica para Ventas.....	30
Tabla 146 Combustibles y Lubricantes	30
Tabla 147 Proyección de Combustibles y Lubricantes	31
Tabla 148 Matrícula del Vehículo.....	31
Tabla 149 Proyección de Matrícula de Vehículo	31
Tabla 150 Mantenimiento del vehículo.....	31
Tabla 151 Proyección de Mantenimiento de vehículo	32
Tabla 152 Embalaje.....	32
Tabla 153 Proyección de Embalaje	32
Tabla 154 Promoción	33
Tabla 155 Publicidad.....	33
Tabla 156 Proyección de Publicidad	33
Tabla 157 Útiles de Oficina Ventas	34
Tabla 158 Proyección Útiles de Oficina Ventas	34
Tabla 159 Útiles de Aseo Ventas	34
Tabla 160 Proyección Útiles de Aseo Ventas	34
Tabla 161 Resumen de Gastos de Ventas	35
Tabla 162 Resumen Monto de la Inversión.....	35
Tabla 163 Financiamiento	37
Tabla 164 Amortización del crédito.....	38
Tabla 165 Depreciación de activos fijos	39
Tabla 166 Reinversión Equipo de Cómputo	40
Tabla 167 Amortización de los Activos Diferidos.....	40

Tabla 168 Presupuesto de Costos	42
Tabla 169 Costo Unitario de Producción de cada tarrina de maní confitado de piña de 100gr.	45
Tabla 170 Proecio de Venta al Intermediario.....	45
Tabla 171 Ingresos por Ventas	46
Tabla 172 Estructura de Costos.....	47
Tabla 173 Datos para determinar el punto de equilibrio del año 1	49
Tabla 174 Datos para determinar el punto de equilibrio del año 3.	51
Tabla 175 Datos para determinar el punto de equilibrio del año 5.	52
Tabla 176 Estado de Pérdidas y Ganancias	54
Tabla 177 Utilidad por socio de la empresa “Confiteria la lojanita Cía. Ltda.”	55
Tabla 178 Flujo de Caja	56
Tabla 179 Datos para determinar la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)	58
Tabla 180 Valor Actual Neto	59
Tabla 181 Tasa Interna de Retorno	60
Tabla 182 Periodo de Recuperación de Capital	60
Tabla 183 Relación Costo/Beneficio.....	61
Tabla 184 Análisis de Sensibilidad- Disminución en Ingresos	63
Tabla 185 Análisis de Sensibilidad- Incremento en Costos	65

Índice de Figuras

Figura 1 El maní.....	7
Figura 2. Maní confitado.....	10
Figura 3 Consumo de maní confitado	34
Figura 4 Consumo del maní confitado	34
Figura 5 Tipo de presentación del maní confitado.....	37
Figura 6 Lugar de adquisición del maní confitado.....	38
Figura 7 Precio promedio que se paga por el maní confitado.....	39
Figura 8 Tipo de promoción que recibe del producto	41
Figura 9 Consumo de la nueva unidad productiva.....	42
Figura 10 Presentación del nuevo producto	43
Figura 11 Cantidad en gramos del nuevo producto	44
Figura 12 Factores que determinan la compra del producto	44
Figura 13 Lugar de adquisición del nuevo producto.....	45

Figura 14	Medios de comunicación digital para dar información del nuevo producto	46
Figura 15	Medios de comunicación tradicional para dar información del nuevo producto....	47
Figura 16	Tipo de promoción del nuevo producto	48
Figura 17	Tipo de maní que produce	52
Figura 18	Cantidad que produce en quintales	53
Figura 19	Presentación del producto maní confitado.....	59
Figura 20	Etiqueta del envase	60
Figura 21	Canales de distribución de la nueva empresa	62
Figura 22	Stand promocional de muestras gratis del producto	63
Figura 23	Página de facebook de la empresa	64
Figura 24	Anuncio de publicidad del producto de la empresa.....	65
Figura 25	Maco localización de la empresa	71
Figura 26	Micro localización de la empresa vía satelital	72
Figura 27	Microlocalización de la empresa	72
Figura 28	Diseño de la planta.....	84
Figura 29	Diagrama de flujo del proceso productivo del maní confitado de piña	87
Figura 30	Maní de grano colorado	89
Figura 31	Azúcar blanca	89
Figura 32	Esencia de piña	89
Figura 33	Organigrama Estructural de la empresa “Confitería la lojanita Cía. Ltda.”	96
Figura 34	Organigrama Funcional de la empresa “Confitería la lojanita Cía. Ltda.”	97
Figura 35	Organigrama Posicional de la empresa “Confitería la lojanita Cía. Ltda.”	98

Índice de anexos

Anexo 1	Certificación de la traducción del Abstract	72
Anexo 2	Resumen del Anteproyecto de Tesis	72
Anexo 3	Encuesta al Consumidor	77
Anexo 4	Entrevista a los oferentes.....	81
Anexo 5	Encuesta a los proveedores.....	83

1. Título

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MANÍ CONFITADO DE PIÑA EN LA CIUDAD DE LOJA, PROVINCIA LOJA”

2. Resumen

El trabajo titulado “Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de maní confitado de piña en la ciudad de Loja, provincia Loja” tuvo como objetivos la realización de un estudio de mercado que permitió analizar y determinar la oferta, demanda y demanda insatisfecha del maní confitado de piña; un estudio técnico para conocer el tamaño, localización e ingeniería del proyecto; un estudio administrativo y legal para establecer la constitución así como la estructura legal y administrativa de la empresa; un estudio económico-financiero para determinar la inversión y financiamiento, así como los costos e ingresos; y determinar la factibilidad o no factibilidad del proyecto. El tipo de investigación fue descriptiva para lo cual se utilizaron métodos, técnicas e instrumentos de investigación que permitieron el análisis, recolección e interpretación de la información. Entre los resultados obtenidos se tiene que en el estudio de mercado se logro determinar una demanda real existente de 30.806.194 gramos de maní confitado; un consumo por familia anual de 2.465,57 gramos de maní confitado, una demanda efectiva de 29.133.858 gramos de maní confitado; una oferta de 12.247.250 gramos de maní confitado, resultado una demanda insatisfecha de 16.886.608. En el estudio técnico se determinó una capacidad diseñada o teórica de 78.624.000 gramos de maní confitado de piña laborando durante 24 horas y una capacidad instalada de 10.210.909 gramos de maní confitado de piña laborando ocho horas diarias, la empresa trabajará con un porcentaje de incremento en su capacidad de producción durante los cinco años de vida. En el estudio administrativo y legal se determinó que la empresa se constituirá como compañía de Responsabilidad Limitada; así mismo se estableció la filosofía empresarial, los organigramas y manuales de funciones. En el estudio financiero, se determinó una inversión inicial de USD 31.336,96 dólares americanos. En lo correspondiente a la evaluación financiera se obtuvo un Valor Actual Neto (VAN) de USD 29.356,20 siendo un valor positivo, superando la inversión inicial; la Tasa Interna de Retorno (TIR) de 49,30%; en relación al Periodo de Recuperación del Capital (P.R.C) será en 2 años, 9 meses y 25 días; en la Relación Costo/Beneficio (RCB) se tuvo una rentabilidad de 0,22 centavos de dólar; en el Análisis de Sensibilidad (AS) se obtuvo que el proyecto puede soportar hasta un incremento en sus costos del 3,06%; y en cuanto a la disminución de los ingresos puede soportar hasta un 2,53%. Evidenciando los indicadores, se determina que el proyecto es viable para su ejecución, cuyas conclusiones y recomendaciones así lo determinan.

2.1. Abstract

The following research work aims the realization of a market study to analyze the supply, demand, and unsatisfied demand for pineapple candied peanuts in the market, to determine the creation of a feasibility project for the creation of a company to produce and market pineapple candied peanuts in the city of Loja, Loja province. Additionally, to carry out a technical study to determine the size, location and engineering of the project; an administrative and legal study to establish the constitution as well as the legal and administrative structure of the company; an economic-financial study to determine investment and financing, as well as costs and revenues; and to determine the feasibility or non-feasibility of the project. The type of research was descriptive, using research methods, techniques and instruments that allowed for the analysis, collection and interpretation of information. Among the results obtained, the market study was able to determine a real existing demand of 30,806,194 grams of candied peanuts; an annual consumption per family of 2,465.57 grams of candied peanuts; an effective demand of 29,133,858 grams of candied peanuts; a supply of 12,247,250 grams of candied peanuts, resulting in an unsatisfied demand of 16,886,608 grams of candied peanuts. The technical study determined a designed or theoretical capacity of 78,624,000 grams of pineapple candied peanuts to be produced by working 24 hours a day and an installed capacity of 10,210,909 grams of pineapple candied peanuts by working eight hours a day; the company will work with a percentage increase in its production capacity during its five-year life. In the administrative and legal study, it was determined that the company will be constituted as a Limited Liability Company; likewise, the business philosophy, organization charts and function manuals were established. In the financial study, an initial investment of USD 31,336.96 US dollars was determined. In the financial evaluation, a Net Present Value (NPV) of USD 29,356.20 was obtained, being a positive value, exceeding the initial investment; the Internal Rate of Return (IRR) of 49.30%; in relation to the Capital Recovery Factor (CRF) it will be 2 years, 9 months and 25 days; in the Cost/Benefit Ratio (RCB) there was a profitability of 0.22 cents of a dollar. The Sensitivity Analysis (SA) showed that the project can support up to a 3.06% increase in its costs; and as for the decrease in income, it can support up to 2.53%. By evidencing the indicators, conclusions and recommendations, it is determined that the project is viable for its execution.

3. Introducción

En la actualidad y frente a la crisis económica que vive el país es importante buscar oportunidades de negocio rentables que garanticen el desarrollo de la sociedad, es por ello que se ha planteado la presente idea de negocio que abarca la creación de una empresa en la ciudad de Loja, dedicada a la producción y comercialización de maní confitado de piña.

En Ecuador, la producción del maní constituye uno de los mercados atractivos con mayor aceptación en los pequeños, medianos y grandes productores, siendo un producto tradicional de exportación, por el sinnúmero de propiedades y nutrientes alimenticios (Montero, 2020). Uno de los productos artesanales que se elaboran, teniendo como materia prima principal el maní, es el maní confitado, el cual se perfila como uno de los productos tradicionales más apetecidos por la industria alimenticia, contribuyendo así al desarrollo económico de la sociedad mediante su comercialización.

Sin embargo, este tipo de confitería con el paso del tiempo está perdiendo el interés de los consumidores por su falta de diversificación y valor agregado; provocando en la sociedad el bajo consumo del producto y como consecuencia, su escasa comercialización. Ante este panorama y ante la inexistencia de nuevas variedades para el consumo de maní confitado, se crea un producto nuevo denominado maní confitado de piña, el mismo que goza de aceptación en el mercado lojano, por su forma de elaboración y valor agregado.

El presente trabajo investigativo se encuentra estructurado de la siguiente manera: primero se encuentra la revisión de literatura, donde se ubican todos los contenidos teóricos que han servido de sustento para la elaboración del trabajo; luego se presenta la metodología, en la cual se detallan los métodos, técnicas y procedimientos que se utilizaron para recolectar y analizar la información. Con lo que respecta a la metodología del proyecto, fue una investigación descriptiva, la misma que permitió puntualizar las características de la población objeto de estudio, tuvo un enfoque cuantitativo ya que se recopiló información cuantificable misma que fue utilizada en el análisis estadístico de la muestra de la población, finalmente el presente proyecto fue de corte transversal en razón de que se analizaron datos de las variables en un tiempo determinado.

En la sección de los resultados se encuentran los cuadros de las tabulaciones de las encuestas y entrevistas, además de sus respectivos análisis y gráficos estadísticos; luego se encuentra la discusión en donde, con los datos de los resultados, se procede a realizar los cuatro estudios que conforman el proyecto de factibilidad.

En el estudio de mercado, se determinó una demanda real existente de 30.806.194 gr de maní confitado; un consumo por familia anual de 2.465,57 gr de maní confitado, una demanda efectiva de 29.133.858gr de maní confitado; y una oferta de 12.247.250 gr de maní confitado. Inmediatamente se describe el plan de comercialización donde se establecen las características del producto, los tipos de distribución, el precio y las formas de promoción y publicidad.

En el estudio técnico se definen los aspectos relacionados al tamaño del proyecto determinando así, una capacidad diseñada de 78.624.000gr de maní confitado de piña, laborando 24 horas y una capacidad instalada de 10.210.909gr de maní confitado de piña, laborando 8 horas diarias, la empresa incrementara su capacidad de producción durante los cinco años de vida, es así que en el primer año trabajará con el 80% de su capacidad, logrando así una capacidad utilizada de 8.168.727gr de maní confitado de piña y en el quinto año trabajará con el 100% de su capacidad, lo que equivale a 10.210.909gr de maní confitado de piña. Seguidamente, se determinó la localización más óptima de la empresa a nivel macro y micro, donde se determinó que la empresa “Confitería la lojanita Cía. Ltda.” Estará ubicada en la ciudad de Loja, parroquia Sucre, en la avenida Manuel Carrión Pinzano, por lo que dispone de toda la infraestructura básica que hace posible el desarrollo de las actividades productivas de la empresa, por consiguiente, se visualiza el diseño y la distribución de la planta, como también el flujograma de procesos y el balance de las materias primas para la producción.

El en estudio administrativo y legal se encuentra la constitución de la empresa, la misma que se establece como Compañía de Responsabilidad Limitada, seguidamente se describe la filosofía empresarial, la cantidad total de talento humano que será necesario para el desarrollo de las actividades, los organigramas y los manuales de funciones.

Finalmente, en el estudio económico-financiero se determinó una inversión total requerida para la puesta en marcha del proyecto de USD 31.336,96 dólares americanos, los que se financian por capital propio de los socios es de USD 21.336,96 correspondiente al 68,09%; y capital externo a través de un crédito en la entidad financiera BanEcuador por USD10.000,00 correspondiente al 31,91%; a continuación se detallan las depreciaciones de los activos fijos y el costo total de producción, que para el primer año es de USD 73.485,71 con el cual se obtiene un costo unitario de venta al intermediario de \$0,99 centavos de dólar.

En lo correspondiente a la evaluación financiera, se determinó que el proyecto es viable para su ejecución, ya que se obtuvieron valores positivos para los próximos cinco años de vida del proyecto; en este apartado se realizó el análisis de la Tasa Mínima Aceptable de

Rendimiento (TMAR) correspondiente al 19,10%, la misma que sirvió para el cálculo del Valor Actual Neto, dando como resultado un VAN positivo de USD 29.356,20; una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 49,30%; el Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) que será de 2 años, 9 meses y 25 días; la relación Beneficio/Costo (RBC) revela que la empresa obtendrá una rentabilidad de 0,22 centavos de dólar. En lo concerniente al Análisis de Sensibilidad (A.S) se determinó que el proyecto puede soportar un máximo de 3,06% con incremento en costos; y un máximo de 2,53% en disminución en los ingresos. Finalmente se concluye que el proyecto es rentable y viable para su ejecución en la ciudad de Loja.

4. Marco Teórico

4.1. Información del producto

4.1.1. El maní.

Figura 1 El maní



Nota.Datos generales del producto maní de grano.Tomada del Ministerio de Agricultura y Ganadería. M.AG (2018).
(<http://www.mag.go.cr/bibliotecavirtual/F01-0658mani.pdf>)

Montero (2020) indica que el maní es un producto que forma parte de la familia de las leguminosas, es originario de la zona andina del noroeste de Argentina, Perú, Bolivia, Brasil y Paraguay. También relata que en épocas antiguas, los indios exparcieron sus cultivos en varias regiones americanas y los colonizadores lo hicieron en el continente Europeo y Africano.

4.1.1.1. Características.

El fruto maní se caracteriza por presentar flores y raíces en cuanto aparecen las vainas, su color es castaño amarillento y llegan a contener hasta seis semillas (Pascules, 2011)

4.1.1.2. Propiedades.

Según Duarte (2018), el maní es considerado como una fuente natural de proteína porque contiene mas de un 40% de grasas insaturadas, antioxidantes y minerales como sodio, potasio, hierro, magnesio, yodo, cobre y calcio que ayudan a disminuir el colesterol, prevenir el cáncer y enfermedades cardiovasculares.

4.1.1.3. Principales países productores de maní a nivel mundial.

El maní se produce principalmente en países de Asia y en Estados Unidos de Norteamérica, y juntos producen aproximadamente el 75% de la producción mundial. En el

continente asiático los principales países productores son la China e India (Agroindustrial del maní, 2004).

4.1.1.4. Principales países consumidores de maní.

Los principales países consumidores de maní a nivel mundial son los países europeos del este con el 44% de las importaciones mundiales. Sus principales abastecedores son China, Estados Unidos y Argentina, los países asiáticos compran el 31% de las importaciones mundiales estos países son Japón, Indonesia, Singapur y Hong Kong. (Agroindustrial del maní, 2004).

4.1.1.5. Producción del maní en Ecuador.

Según el Instituto Nacional Autónomo de Investigación Agropecuarias en Portoviejo, las plantaciones se concentran en los cantones Portoviejo, Tosagua, Chone, 24 de mayo y parte de Rocafuerte. En el país se siembran cada año 20.000 hectáreas: 9.000 están en Manabí, 7.500 en Loja y el resto en varios sectores del país, especialmente donde han emigrado agricultores manabitas. El maní de Manabí es más utilizado para la gastronomía y el de Loja para la confitería.

4.1.1.6. Producción del maní en la ciudad de Loja.

La mayoría de las variedades que se cultivan en el país son “criollas”, como “rojo o colorado”, “paisano”, “el negro”, “charapotó”, “chiraillo” y otras, que se caracterizan por presentar rendimientos inferiores a 1000 kg/ha de maní. (Bailon, 2016)

En Loja y El Oro las variedades de maní que se cultivan en mayor medida son INIAP-380 e INIAP-381-Rosita, ya que son las que mejor se adaptan a las condiciones del lugar. Su rendimiento varía de acuerdo a las condiciones climáticas, sin embargo, la producción es alrededor de 2.956 y 2.600 kg/ha de maní. (pag.56)

4.1.1.7. Precio del Maní.

Las diferentes variedades del maní son resistentes a la sequía o las lluvias, con excepción de las inundaciones. Cada hectárea produce entre 50 y 60 quintales y en la actualidad el saco de 100 libras de maní de grano cuesta USD 70,00 (El Comercio, 2011).

4.1.1.8. Comercialización del maní.

Para Fuentes (2010) el 80% del maní se comercializa descascarado, los usos mas frecuentes son para la confieria y la elabotración de aceites, y por lo general los residuos sirven para alimento de grano.

4.1.1.9.Industrialización del maní.

Según Solis (2003) la industrialización, es el proceso transformación que se le da al maní para que este sea consumido por los clientes :

Por lo general el producto maní es cultivado para ser consumido como fruto seco, salado, dulce, asado y cocido y en la preparación de platos dulces y salados; el follaje se utiliza como forraje para aves y tiene también usos industriales.

Del maní se extrae un aceite de alta calidad para cocinar, y el residuo se emplea como alimento para animales; a partir de los granos de maní tostados, triturados y mezclados se produce manteca.

La pasta formada por la mezcla de dos cucharadas de maní molido, una de miel y otra de aceite de oliva sirve como mascarilla para la piel seca.

El aceite de maní de uso corporal es usado para masajes a personas con dolores en las articulaciones y reumatismo; así como para el cuidado del cabello, e hidratación de los labios. También la industria lo tiene como materia prima en gran cantidad de otros productos dermatológicos.

4.1.1.10.Proceso de Transformación del maní

Para su consumo el maní de grano debe pasar por varios procesos de cocción y por una receta pre establecida dependiendo del valor agregado que se le pretenda dar. (Duarte, 2018)

4.1.2. La piña

Delgado (2018) afirma que la piña es una fruta herbácea y perenne, perteneciente a la familia de las bromeliáceas, originaria de las zonas tropicales de la Región de América del Sur. El fruto como tal, es el resultado del brote entre flores y la disposición de las ramas colocadas en forma espiral y fusionadas en eje central. (pág. 23)

4.1.2.1. Beneficios que aporta.

La piña se caracteriza por contener vitaminas y minerales como la vitamina A, C, ácido fólico, calcio y hierro, que constituye una fuente natural para combatir enfermedades

cancerígenas, trombóticas, intestinales y renales. Además, contiene una enzima llamada bromelaína que ayuda a digerir las proteínas. (Delgado, 2018)

4.1.2.2. Consumo de la piña.

La piña puede ser incorporada de formas diferentes. Como parte de pizzas o complemento natural para acompañar confitería y dulces. Además, esta fruta puede ser usada como saborizante natural para integrar cualquier alimento ya sea frío o caliente. (Delgado, 2018)

4.1.3. Maní confitado

Figura 2. Maní confitado



Nota. Información general del maní confitado. Tomado de Sistema de comercialización CAMARI (2016). (<https://pdfcoffee.com/mani-confitado-4-pdf-free.html>)

La garrapiñada de cacahuete o maní confitado es un snack dulce artesanal, su nombre deriva de “garrapiñada” que significa “esparcir almíbar o miel que forma grumos”, este producto se elabora a partir de una mezcla de maní pelado, azúcar, esencias y agua. (Bailon, 2016)

4.1.3.1. Orígenes.

Smith (2013) manifiesta que el origen del maní confitado es incierto. Su origen data de los antiguos egipcios cuando preservaban las nueces y frutas con algún tipo de almíbar, inclusive se dice que la primera receta de garrapiñada es la de Emma Paddock Telford en 1908, quien recomendaba dejar enfriar los cacahuates caramelizados para luego cortarlos en cuadrados. Hoy en día, la garrapiñada es muy común en países de América Latina como

Argentina, Ecuador, Perú, Chile, México y Uruguay, donde se vende en pequeños paquetes por vendedores en la calle o expendidos por supermercados.

4.1.3.2. Antecedentes del maní confitado.

Para Obando (2010) la preparación de maní confitado tiene sus inicios en época de la colonia, desde allí ha venido creciendo esta actividad, convirtiéndose en una tradición de consumo en los países latinoamericanos, incluyendo desde los niños hasta las personas adultas.

Sin embargo, en la época colonial más o menos a finales del siglo XIX se comenzó a obtener información de las primeras elaboraciones a base de maní y azúcar, así como también del consumo de dulces artesanales.

La preparación del maní confitado poco a poco fue convirtiéndose en una actividad comercial por mujeres indígenas, quienes se dedicaban a expender el producto en plazas y mercados de los países europeos.

4.1.3.3. Proceso de producción del maní confitado.

Para Ferrer (2015) el proceso de producción del maní confitado se realiza en tres pasos:

- 1. Limpieza del maní:** Antes de proceder a elaborar el maní confitado los productores primero realizan la limpieza del maní, y proceden a zarandear para que caiga la tierra luego, escogen el maní rancio, piedritas y cáscaras que son propias del maní.
- 2. Remojo del maní:** Luego de haber realizado la limpieza, se remoja el maní en lavacaras de acero inoxidable con poca cantidad de agua aproximadamente por 15 minutos, esto hace que el maní aumente en volumen y peso, por lo que se obtiene mayor producción.
- 3. Confite del maní:** Se procede a poner el maní en una paila conjuntamente con el azúcar en cantidades iguales, lo menean hasta que quede el punto, luego de esto se retira el maní confitado en una mesa para su enfriamiento y posterior a ello ser empacado.

4.1.3.4. Comercialización del maní confitado en Ecuador.

La comercialización de un producto, ya sea de uso comercial, productivo o de servicios, tiene como propósito principal el desarrollo productivo y se da por el nivel de distribución que

esta pueda tener. En el caso del producto maní confitado, la mayoría de empresas entregan el producto al por mayor y al por menor en diferentes tipos de presentación. (Smith, 2013)

En Ecuador la comercialización de este producto se lo realiza en la ciudad de Guayaquil, Esmeraldas, Santo Domingo, Machala, Quito, Cuenca, Loja, entre otras ciudades.

4.1.4. Proyecto

El proyecto no es más que la planificación interrelacionada y coordinada de actividades, ejecutadas por una persona o una entidad, encaminadas a conseguir un objetivo específico. (Fuentes, 2018)

4.1.4.1. Proyecto de inversión.

Según Córdoba (2006) un proyecto de inversión es un documento escrito que le permite al inversionista conocer si su idea es viable, el mismo contiene una planificación técnica y económica desarrolladas para solucionar un problema, tomando en cuenta los recursos humanos, materiales y tecnológicos disponibles. (pág. 43)

4.1.4.1.1. Tipos de proyectos de inversión.

Pasaca (2011) en su libro “Proyectos de inversión” menciona que los proyectos de inversión se clasifican en tres:

a) Según la categoría

- Los proyectos de producción de bienes se orientan a la transformación de recursos primarios en productos para el consumo.
- Los proyectos de prestación de servicios satisfacen necesidades humanas utilizando bienes ya producidos por el hombre.

b) Según la actividad económica:

Proyectos clasificados según el sector económico que atienden, por ejemplo: proyectos agropecuarios, industriales, de servicios, pecuarios, agroindustriales, industriales, turísticos, comerciales, etc.

c) Según su carácter y entidad que los promueve:

- Los proyectos privados se implementan cuando existe una demanda real en el mercado y le otorgan a la entidad que los promueve una rentabilidad que satisface sus expectativas mínimas de rendimiento.

- Los proyectos sociales o de inversión pública tienen como finalidad mejorar el bienestar de una comunidad a través de la prestación de un servicio o del suministro de un bien.

4.1.5. Contenido del proyecto de inversión

4.1.5.1. Estudio de mercado.

Sapag (2010) afirma que el estudio de mercado constituye un recurso de información invaluable, tanto para evaluar la demanda como para proyectar los costos y definir los precios, es considerado como la fase de investigación para analizar la demanda y los precios del producto que se fabricará o del servicio que se ofrecerá. (pág. 62).

4.1.5.2. El mercado.

El mercado es el lugar donde se intercambian bienes o servicios con el propósito de obtener ingresos económicos para la organización en un tiempo y a un precio determinado. (Pasaca, 2011)

4.1.5.3. Tipos de mercado.

Según Córdoba (2006) “los mercados se pueden clasificar de acuerdo a su situación geográfica, por el tipo de consumo, el tipo de producto y el tipo de demanda”.

4.1.5.3.1. Segmentación de Mercado

La segmentación de mercado es el proceso mediante el cual se divide al mercado en pequeños estratos de acuerdo a características particulares como ubicación geográfica, cultura, costumbres, gustos y preferencias. (Córdoba, 2006)

4.1.5.3.2. La demanda

La demanda es considerada como la suma de las adquisiciones o compra de un bien o servicio por parte del consumidor para satisfacer una necesidad. (Pasaca, 2011)

4.1.5.3.3. Demanda Potencial

Se refiere a la cuantificación de los requerimientos de bienes o servicios de la población, independientemente de que ésta pueda o no adquirirlos en un momento determinado. (Delgado, 2018)

4.1.5.3.4. Demanda Real

Según Sapag (2010) es la cantidad de bienes o servicios que la población puede adquirir, se encuentra estrechamente ligada a la capacidad adquisitiva de los demandantes. (pág. 106)

4.1.5.3.5. Demanda Efectiva

Se refiere a la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir a cambio de un precio en cantidad, tiempo y lugar determinado. (Duarte, 2018)

4.1.5.3.6. Oferta

Pasaca (2011) indica que la oferta “Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de ofertantes (productores) están dispuestos a poner a disposición en el mercado”. (pág. 72)

4.1.5.3.7. Demanda Insatisfecha

Es aquella parte de la población demandante que no ha sido cubierta por el mercado de un bien o servicio. Se obtiene realizando la diferencia entre la oferta y la demanda. (Pasaca, 2011)

4.1.5.3.8. Plan de comercialización

Es una actividad que permite al productor hacer llegar un producto o servicio al consumidor, en un tiempo y lugar determinado. (Pasaca, 2011)

4.1.5.3.9. Producto

Según Córdoba (2006) “Es cualquier cosa que pueda ser ofrecida a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad, incluyendo bienes físicos, servicios, experiencias, eventos, personas, lugares, propiedades, organizaciones, información e ideas”. (pág. 95)

4.1.5.3.10. Precio

Según Pasaca (2011) el precio es la suma de valores que intercambian los consumidores por los beneficios de poseer o utilizar el producto o servicio. (pág. 72)

4.1.5.3.11. Plaza

La plaza o distribución es colocar al producto o servicio, a disposición del consumidor final o comprador industrial en la cantidad requerida, en un lugar y tiempo determinado.

(Córdoba, 2006)

4.1.5.3.12. Promoción

La promoción es la acción de comunicar, informar y dar a conocer el producto con la finalidad de promover su consumo.

4.1.5.3.13. Publicidad

(Córdoba, 2006) manifiesta que la publicidad, es cualquier forma de presentación y promoción no personal de carácter visual, escrita y auditiva; cuya función es informar y persuadir al consumidor sobre un producto o servicio. (pág. 130)

4.1.5.3.14. Canales de Distribución

Los canales distribución son la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales (Sapag, 2010)

4.1.5.4. Estudio técnico.

Según Córdoba (2006) el estudio técnico permite definir la ubicación más conveniente para la empresa, ayuda a determinar el tamaño óptimo de producción, la capacidad instalada y utilizada, la materia prima necesaria, los costos y la mano de obra directa necesaria para la producción, así como la necesidad de personal administrativo, operativo y de ventas. (pág. 165)

4.1.5.4.1. Localización

La localización se refiere a la selección de la ubicación más conveniente para el proyecto, con el fin de establecer un lugar que ofrezca el mayor nivel de beneficio para los usuarios y la comunidad. (Pasaca, 2011)

4.1.5.4.2. Macro localización

La Macrolocalización consiste en la ubicación de la empresa en el país y en el espacio rural y urbano de alguna región. (Pasaca, 2011)

4.1.5.4.3. Micro localización

Según Pasaca (2011) la micro localización se refiere al sitio puntual y concreto donde se va a instalar la empresa, tomando en cuenta: la existencia de vías de comunicación y medios

de transporte, servicios públicos básicos, topografía y estudios de suelos, condiciones ambientales y de salubridad, control ecológico, sistema de circulación y financiamiento. (pág. 132)

4.1.5.4.4. Tamaño de la empresa

Según Fuentes (2018) es la capacidad de producción durante un período de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata y se expresa en número de unidades del producto medido en función de peso, volumen, área, etc. (pág. 124)

4.1.5.4.5. Capacidad Instalada

La capacidad instalada es el número máximo de unidades (productos o servicios) que se pueden obtener a través de una instalación productiva por una unidad de tiempo. (Pasaca, 2011)

4.1.5.4.6. Capacidad Utilizada

Para Córdoba (2006) la capacidad utilizada es la cantidad de producción que es posible realizar de acuerdo a especificaciones técnicas de la maquinaria y equipos, de la productividad de los trabajadores y de la demanda.

4.1.5.4.7. Capacidad de Reserva

Hace referencia a la capacidad de producción que no se está utilizando y se encuentra a la espera de que las condiciones de mercado permitan incrementar la producción. (Pasaca, 2011).

4.1.5.4.8. Ingeniería del proyecto

Para Córdoba (2006) el objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso productivo, adquisición de equipo y maquinaria, la distribución óptima e infraestructura física de la planta.

4.1.5.4.9. Componente tecnológico

Consiste en determinar la maquinaria y equipo adecuado para los requerimientos del proceso productivo, de acuerdo a los niveles de producción esperados y al porcentaje de demanda a satisfacer. (Fuentes, 2018)

4.1.5.4.10. Infraestructura física

Según Córdoba (2006) la infraestructura física se relaciona exclusivamente con la parte física de la empresa, donde se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa. (pág. 130)

4.1.5.4.11. Distribución de la planta

Consiste en ordenar de manera física los elementos que forman parte de una planta productiva, por lo general se debe tomar en cuenta los espacios necesarios para el movimiento, almacenamiento y cada una de las actividades que se realicen dentro la misma (Pasaca, 2011).

4.1.5.4.12. Proceso de producción

El proceso de producción tiene un enfoque técnico y consiste en definir las actividades sistemáticas y secuenciales que los trabajadores deben realizar para transformar las materias primas en productos terminados. (Pasaca, 2011)

4.1.5.4.13. Flujograma de procesos

Para Fuentes (2018) el flujograma de procesos constituye una herramienta que describe paso a paso cada una de las actividades que integran el procesoproductivo. (pág. 142)

4.1.5.4.14. Diagramas de flujo

Córdoba (2006) manifiesta que, diagramar es representar gráficamente los hechos, sucesos o situaciones de gran variedad, utilizando símbolos que facilitan ver, conocer y entender las interrelaciones de diversos factores. (pág. 140)

4.1.5.4.15. Balance de materiales

Se refiere a la cuantificación de la cantidad exacta de materia prima que se requerirá para la obtención de una unidad productiva. (Delgado, 2018)

4.1.5.5. Estudio administrativo

Según Pasaca (2011) “El desarrollo del estudio administrativo se orienta a determinar el tipo de entidad a constituirse, así como la fijación del direccionamiento estratégico de la misma” (pág. 132)

4.1.5.5.1. Elementos que se consideran en el estudio administrativo de los proyectos de inversión.

Pasaca (2011) considera como elementos del estudio administrativo lo siguiente:

- ✓ La constitución jurídica de la empresa u organismo, así como los aspectos legales que afectan su funcionamiento.
- ✓ Diseño de la organización de la empresa.
- ✓ Constitución de la empresa.

4.1.5.6. Tipos de Compañías.

La Ley de Compañías (2017) clasifica a las organizaciones en:

- ✓ Sociedad en nombre colectivo.
- ✓ Sociedad en comandita simple (S. en C.).
- ✓ Sociedad de responsabilidad limitada (S. de R.L.).
- ✓ Sociedad anónima (S.A.).
- ✓ Sociedad en comandita por acciones (S. en C. por A.).
- ✓ Sociedad cooperativa (S.C.).
- ✓ Denominación social

4.1.5.6.1. Filosofía de la empresa

Se define como el campo de interrelación entre el entorno de la empresa y el propio diseño y organización de la misma, es decir define los principios que dan transparencia y generan confianza en las relaciones dentro de la empresa y por otro lado los principios de comportamiento a los que debe orientar la cultura empresarial. (Pasaca, 2011)

4.1.5.6.2. Estructura organizacional

Pasaca (2011) afirma que las organizaciones deben constituirse en áreas predeterminadas para garantizar un funcionamiento óptimo, efectivo y eficiente que garantice la máxima rentabilidad para los inversionistas. (pág. 175)

4.1.5.6.3. Organigrama

Los organigramas son estructuras que sirven como referencia del tamaño de la compañía, de la ubicación de las áreas, de la toma de decisiones y la coordinación de las actividades de la compañía. (Córdoba, 2006)

4.1.5.6.4. Manual de Funciones

Constituye el documento formal que compila las diferentes descripciones de puestos de trabajo de una organización. (Pascules, 2011)

4.1.5.7. Estudio Económico

Pasaca (2011) expresa que el estudio financiero permite determinar la factibilidad del proyecto a través del cálculo de los estados financieros proyectados, la evaluación financiera y el análisis financiero basados en el análisis de los indicadores.

4.1.5.7.1. Inversión inicial

El proyecto de inversión inicial involucra la inversión fija, diferida y el capital de trabajo necesario para realizar las operaciones empresariales. (Córdoba, 2006)

4.1.5.7.2. Capital de trabajo

Pasaca (2011) manifiesta que el capital de trabajo comprende los recursos económicos necesarios para la puesta en marcha de las distintas operaciones de la planta y forma parte de la inversión inicial.

4.1.5.7.3. Costos

Es el precio de una inversión que se hace directamente en el departamento de producción, en consecuencia, es un valor recuperable e inventariable (Pasaca, 2011)

4.1.5.7.4. Financiamiento del proyecto

El financiamiento del proyecto, permite determinar los recursos necesarios para la inversión y la forma de estructuración del capital necesario para la puesta en marcha del proyecto (Córdoba, 2006)

4.1.5.7.5. Análisis de Costos

Para realizarlo se recurre a la contabilidad de costos, con el objetivo de determinar el costo real al producir un bien o un servicio, a partir de estos datos se puede fijar el precio de venta al público del nuevo producto (Pasaca, 2011).

4.1.5.7.6. Clasificación de los Costos

Duarte (2018) manifiesta que los costos en que se incurren en todo proceso productivo no son de la misma magnitud e incidencia en la capacidad de producción, por esta razón, es necesario clasificarlos de acuerdo a su origen y naturaleza siendo estos: los costos fijos y variables.

4.1.5.7.7. Punto de equilibrio

Según Pasaca (2011) “El punto de equilibrio es la cantidad de ingresos que igualan a la totalidad de costos y gastos en que incurre normalmente una empresa”. (pág. 219)

4.1.5.7.8. Estado de pérdidas y ganancias

Para Córdoba (2006), el estado de pérdidas y ganancias mide las utilidades de la unidad de producción o de prestación de servicios durante el período proyectado. Como ingresos se toman en cuenta las ventas realizadas y como costos a los costos de producción, gastos de administración y ventas.

4.1.5.7.9. Evaluación Financiera

La evaluación financiera es la evaluación del proyecto que se realiza sobre la estimación del flujo de caja de los costos y beneficios. (Córdoba, 2006)

4.1.5.7.10. Flujo de Caja

Córdoba (2006) manifiesta que el flujo de caja es la herramienta que permite determinar las necesidades reales de capital para el desarrollo de la empresa, comparando los ingresos recibidos con los egresos pagados.

4.1.5.7.11. Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

Es un porcentaje que normalmente, lo determinan los socios que va a invertir en un proyecto. Esta tasa se usa como referencia para determinar si el proyecto le puede generar ganancias o no, tomando en cuenta la inflación y el premio al riesgo de su dinero (Córdoba, 2006)

4.1.5.7.12. Valor Actual Neto (VAN)

Para Pasaca (2011) “El valor actual neto es la diferencia entre los ingresos y egresos (incluida como egreso la inversión) a valores actualizados o la diferencia entre los ingresos netos y la inversión inicial”. (pág. 286)

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

Según Pasaca (2011) los criterios para evaluar el Valor Actual Neto son los siguientes:

- Sí el VAN es positivo se debe aceptar el proyecto.
- Si el VAN es negativo no se deben realizar el proyecto.

- Si el VAN es igual a cero es indiferente el proyecto

4.1.5.7.13. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Córdoba (2006) afirma “La tasa interna de retorno, conocida como la TIR, refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará período a período durante toda su vida útil”. (pág. 290)

Es decir, la Tasa Interna de Retorno (TIR) se define como la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto (VAN) del proyecto sea igual a cero.

$$\mathbf{TIR} = T_m + DT \left(\frac{VAN_{T_m}}{VAN_{T_m} - VAN_{T_M}} \right)$$

En donde:

- TIR = Tasa interna de retorno
- T_m = Tasa menor de descuento para la actualización
- DT = Diferencia de tasas de descuento para la actualización
- VAN T_m = Valor actual a la tasa menor

4.1.5.7.14. Período de Recuperación de Capital (PRC)

Pasaca (2011) manifiesta “El periodo de recuperación de la inversión es el tercer criterio más usado para evaluar un proyecto y tiene por objeto medir en cuánto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo de capital involucrado”. (pág. 315)

$$\mathbf{PRC} = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo del Año que supera la Inversión}}$$

4.1.5.7.15. Relación Costo – Beneficio

Córdoba (2006) afirma que la relación beneficio-costos compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos. El método lleva a la misma regla de decisión del VAN, ya que cuando este es 0, la relación beneficio-costos es igual a 1 y si, el VAN es mayor que 0, la relación es mayor que 1, y si el VAN es negativo, esta es menor que 1 (pág. 245)

$$RBC = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Costos Actualizados}} - 1$$

Se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido, por tanto, para la toma de decisiones se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

- $B/C > 1$ Se puede realizar el proyecto
- $B/C < 1$ Se debe rechazar el proyecto
- $B/C = 1$ Es indiferente realizar el proyecto

4.1.5.7.16. Análisis de Sensibilidad

Para Pasaca (2011) el Análisis de Sensibilidad (AS) es el procedimiento por medio del cual se puede determinar la sensibilidad de la TIR ante cambios en determinadas variables del proyecto. (pág. 305)

Según Pasaca (2011) el análisis de sensibilidad en la aceptación de un proyecto se basa en:

Coeficiente de sensibilidad > 1 el proyecto es sensible.

Coeficiente de sensibilidad $= 1$ el proyecto no sufre ningún efecto.

Coeficiente de sensibilidad < 1 el proyecto no es sensible.

4.2. Marco Conceptual

4.2.1. Conceptos básicos del producto

4.2.1.1. Confitería.

Para Delgado (2018) la confitería es un alimento a base de azúcar, golosinas y miel, que son una rama particular de la confitería. También se llama confitería al establecimiento donde se realizan técnicas artesanales o industriales del trabajo del azúcar.

4.2.1.2. Productos artesanales.

Es artesanal todo aquel producto que es elaborado a través de técnicas tradicionales o manuales, sin la intervención de un proceso industrial o mecánico (Bailon, 2016)

4.2.1.3. Maní confitado.

El maní confitado, también conocido como garrapiñada, es un snack dulce elaborado de forma artesanal con una mezcla de maní crudo, azúcar y agua. Es un producto de fórmula, elaborado con una receta preestablecida. (El Comercio, 2010)

4.2.1.4. Saborizantes.

Valdez (2018) manifiesta que los saborizantes son sustancias preparadas con extractos de naturaleza o concentrados artificiales, capaces de actuar sobre los sentidos del gusto y del olfato, transmitiendo un sabor y aroma agradable.

4.2.1.5. Ara chis hipogea.

Según Duarte (2018) “Es una legumbre de la familia de las Fabaceae (fabáceas) cuyos frutos de vaina se asocian popularmente por su morfología a los frutos secos, contienen semillas apreciadas en la gastronomía.” (pág. 62)

4.3. Marco Referencial

Para empezar a realizar el estudio de un proyecto de investigación se debe partir por referencias de investigaciones realizadas para poder sustentar la idea acerca del tema que se ha tomado en cuenta y llevar a cabo en el proyecto de inversión.

Ortiz & Yugsi (2019) en su trabajo relacionado a “LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MANÍ CONFITADO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO DE LA PROVINCIA SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS” sostiene que utilizó la metodología de investigación bajo el enfoque cualitativo que consistió en recabar información vía muestreo estratificado, de las funciones administrativas: planeación, organización, dirección y control, determinando así la formulación de corrientes y conceptos teóricos para la elaboración del proyecto; así mismo afirma que el estudio financiero permitió establecer la inversión inicial del proyecto que fue de \$ 156.412,63 y financiada: el 20% con capital propio y el 80% a través de un crédito; la evaluación financiera demuestra que el proyecto es factible, en razón de que los indicadores financieros fueron positivos, arrojando los siguientes resultados, un Valor Actual Neto (VAN) de \$ 39.553,91; una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 32,79%; la Relación Beneficio Costo de \$ 1,52 es decir que por cada dólar invertido la empresa ganara 0.52 centavos de dólar; el Periodo de Recuperación del Capital es de 2 años 0 mes y 21 días; el Análisis de Sensibilidad del capital indicó que el proyecto soportará un incremento en los costos del 4,41% y en la disminución de los ingresos del 3,55%.

Aguilar & Catalin (2016) en su investigación sobre “LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE DULCE DE MANÍ EN LA PROVINCIA ZAMORA CHINCHIPE” sostiene que las actividades de comercio son un aporte importante para la provincia, región y país; al ser efectuado el proyecto en mención y en razón de que al implementarse estaría dando solución a los problemas que adolece la provincia, especialmente en lo que respecta al nivel de pobreza y desempleo. Utilizó dentro de la metodología el método deductivo, el mismo que permitió determinar el muestreo representativo del universo y de esa forma aplicar los instrumentos de investigación a la población objeto de estudio, además le permitió comprobar la información para el planteamiento del proyecto y los objetivos relacionados a la oferta, demanda, demanda insatisfecha y estrategias de comercialización. Con la ejecución del proyecto, se determinó que la inversión requerida para la puesta en marcha era de \$178.006,19, mientras que en la evaluación financiera demostró que el proyecto es factible de llevar a cabo, debido a que la Tasa Interna de Retorno es de

19,04% siendo este porcentaje mayor a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento, un Valor Actual Neto positivo de \$ 340.250,93, una Relación Beneficio Costo de \$1.62 esta relación costo-beneficio indicó que por cada dólar invertido la empresa obtendrá 0.62 centavos, el Periodo de Recuperación de Capital será en 3 años y 1 mes aproximadamente.

García & Gutierrez (2017) en su investigación sobre “LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CONFITERÍA EN BASE A MANÍ PARA LA PROVINCIA DE LOJA, CON MATERIA PRIMA DE LOS PRODUCTORES DE LOS CANTONES PALTAS Y CELICA BENEFICIARIOS DEL GRUPO SOCIAL FEPP” manifiesta que utilizó la metodología de investigación bajo el método deductivo, analítico y estadístico que, aplicadas en forma muestral a las familias de la provincia de Loja permitió determinar: los gustos, preferencias de los productos elaborados a base de maní, así como también la oferta y demanda de confitería en la provincia de Loja; los resultados del proyecto determinaron una demanda insatisfecha de 1.219, 079 libras de maní confitado y una capacidad de producción de 10.400 libras que equivalen a 16,52% de la capacidad instalada. Para la puesta en marcha del proyecto se requirió de una inversión de \$72.865, 67, de los cuales el 70% será financiado y el 30% con capital propio, la evaluación financiera demuestra que el proyecto es factible, en razón de que los indicadores financieros fueron positivos, arrojando los siguientes resultados, un Valor Actual Neto (VAN) de \$ 50.130,66; una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 36,21%; el Análisis de Sensibilidad indicó que el proyecto soportará un 9,90% de incremento en los costos y un 7,05% de disminución en los ingresos, la Relación Beneficio Costo es de 0.38 de utilidad, el Periodo de Recuperación del Capital será de 3 años y 10 meses.

5. Metodología

5.1. Materiales

Los materiales que se necesitaron para el desarrollo de la presente Tesis fueron: Resmas de papel bond, carpetas, cuadernos, lápices, esferos y borradores, libros, revistas, documentos, flash memory, calculadora, computador portátil, impresiones e internet.

5.2. Metodología

La metodología que se utilizó para realizar la presente investigación estuvo conformada por métodos y técnicas que ayudaron a recabar, analizar y ordenar de forma clara y precisa la información requerida de los consumidores, oferentes y proveedores para el maní confitado de piña.

La investigación fue de tipo descriptiva, ya que permitió puntualizar las características de la población que se está estudiando, tuvo un enfoque cuantitativo, porque recopiló información cuantificable misma que fue utilizada en el análisis estadístico de la muestra de la población. Finalmente, el proyecto desarrollado fue de corte transversal, en razón de que se analizaron datos de las variables recopiladas en un periodo de tiempo determinado.

5.2.1. Métodos

5.2.1.1. Método Deductivo.

Este método permitió la búsqueda de información de tipo general, para obtener la información base y la revisión de literatura para posteriormente determinar aspectos específicos del proyecto como: el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio administrativo y legal, el estudio económico y la evaluación financiera.

5.2.1.2. Método Inductivo.

Este método sirvió para determinar las conclusiones generales del proyecto, en base a datos previamente obtenidos a través de las técnicas de investigación que se aplicaron en el proyecto.

5.2.1.3. Método Analítico.

Este método ayudo a la interpretación de los datos de las encuestas y los resultados de las mismas, como también fue útil para analizar la información de los cinco estudios.

5.2.1.4. Método Matemático.

Este método fue aplicado en el estudio económico para valorar la utilidad del proyecto y en la evaluación financiera para determinar si es o no factible la creación de la empresa, a través de los indicadores financieros.

5.2.1.5. Método Estadístico.

Se lo utilizo para representar numérica y gráficamente los datos de las encuestas con sus respectivos gráficos; además se pudo medir los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los consumidores y de esta manera determinar el porcentaje de aceptación de producto maní confitado de piña.

5.3. Técnicas

5.3.1. Revisión Bibliográfica

Se usó esta técnica como fuente de apoyo, para la recopilación de la información, para ello se empleó libros, revistas, informes, tesis, internet, folletos, etc.

5.3.1.1. Encuesta.

Se aplicó dos tipos de encuestas, la primera encuesta dirigida a los demandantes, es decir a las familias de la zona urbana de la ciudad de Loja en un número total de 385 encuestas, la misma que ayudo a obtener información verídica acerca de los gustos y preferencias que tienen los futuros clientes del producto maní confitado, esta técnica fue de vital importancia para el estudio de mercado ya que ayudo analizar y determinar la demanda potencial, real, efectiva del proyecto de investigación; la segunda encuesta estuvo dirigida a los proveedores de materia prima, esta técnica fue empleada para determinar e identificar a los proveedores de mayor relevancia en el mercado local.

5.3.1.2. Entrevista.

Esta técnica se aplicó a los cinco gerentes de los diferentes supermercados de la ciudad de Loja dedicados al expendio del producto maní confitado, por consiguiente, esta técnica permitió determinar y analizar la oferta del producto como también el análisis de las estrategias de comercialización que utiliza la competencia y de esta manera mejorar el trabajo de investigación.

5.3.1.3. Población de consumidores.

Para establecer la población de consumidores primero se determinó como segmentación geográfica a la ciudad de Loja, tomando los datos del último censo realizado en el año 2010 por

Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC), el cual indica que en la ciudad de Loja existen 214,855 habitantes con una tasa de crecimiento de 2,65%. Por otro lado, se requirió conocer el porcentaje de población que consume snacks artesanales en la ciudad de Loja específicamente en la zona urbana, que según los datos del Municipio de Loja (2010) es de 32,27%, es decir 69.328 personas.

El producto que se quiere lanzar al mercado se trata de un producto tipo snack denominado maní confitado de piña, el cual se lo consideró como un producto de consumo familiar, por lo cual las 69.328 personas serán divididas para 4 miembros por familia (dato determinado por el (INEC), obteniendo un resultado de 17.332 familias. Finalmente, el producto será comercializado en tiendas, micromercados y supermercados de la ciudad, por lo que estará disponible en su mayoría para las familias del sector urbano, es decir 79,3% que corresponde al porcentaje del sector urbano, equivalente a 13.744 familias de la ciudad de Loja, determinando así la segmentación demográfica.

5.3.1.3.1. Proyección de la población

Para realizar la proyección se toma la cantidad total segmentada, es decir 13.744 familias en el año 2010, con una tasa de crecimiento anual de 2.65% proporcionada por el INEC. A partir de estos datos se realiza la proyección de la población para el año 2021, utilizando la siguiente fórmula:

En donde:

Pf= Población Final

Po=Población inicial

r= Tasa de incremento anual

n=Años transcurridos

Fórmula:

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

$$P_{2021} = 13.744(1 + 0,0265)^{11}$$

$$P_{2021} = 13.744 (1,33336328)$$

$P_{2021}=18.325$ Proyección de la población de las familias de la ciudad de Loja.

Tabla 1
Proyección de las familias de la ciudad de Loja

Periodo	Año	N° de familias
0	2010	13.744
1	2011	14.108
2	2012	14.482
3	2013	14.865
4	2014	15.259
5	2015	15.664
6	2016	16.079
7	2017	16.505
8	2018	16.942
9	2019	17.391
10	2020	17.852
11	2021	18.325

Nota. Proyección de las familias de la ciudad de Loja; Adaptada del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC)2010 (<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/>)

La proyección de la población para el año 2021 es de 18.325 familias del sector urbano de la ciudad de Loja, la cual esta aplicada con una tasa de crecimiento de 2.65%.

5.3.1.4.Muestra

Al tratarse de una población bastante amplia se procedió a calcular el tamaño de la muestra. Para su determinación, se aplicó la siguiente fórmula:

Fórmula:

$$n = \frac{Nz^2xPxQ}{[(N - 1)e^2] + (z^2xPxQ)}$$

Donde:

n=Tamaño de muestra

N=Población Total segmentada (18.325)

e=Error experimental (0.05) 5%

P=Probabilidad de éxito (0.5) 50%

Q= Probabilidad de fracaso (0.5) 50%

Z=Nivel de confianza (1.96%) 95%

$$n = \frac{Nz^2xPxQ}{[(N - 1)e^2] + (z^2xPxQ)}$$

$$n = \frac{18325x(1.96)^2x0.5x0.5}{[(18325 - 1)(0.05)^2] + ((1.96)^2x0.5x0.5)}$$

$$n = \frac{18325x3.8416x0.5x0.5}{[(18325 - 1)(0.0025)] + (3.8416x0.5x0.5)}$$

$$n = \frac{17599.33}{45.81 + 0.9604}$$

$$n = 385$$

Con los datos analizados, se obtuvo el resultado total del número de encuestas a aplicar, dando un total de 385 encuestas, las cuales se dividió por cada una de las parroquias urbanas de la ciudad de Loja.

5.3.1.4.1. Distribución muestral de las encuestas

Tabla 2

Distribución muestral de las encuestas

PARROQUIAS	POBLACIÓN FAMILIAS 2021	% DE DISTRIBUCIÓN	ENCUESTAS APLICADAS
San Sebastián	3.958	21%	83
El Valle	2.896	16%	61
Punzara	2.249	12%	47
Carigán	1.422	8%	30
El Sagrario	2.486	14%	52
Sucre	5.314	29%	112
TOTAL	18.325	100%	385

Nota. Distribución muestral de las encuestas; Adaptada del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC)2010 (<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/>)

En la tabla 2 consta el número de encuestas que fueron aplicadas en cada una de las parroquias urbanas de la ciudad de Loja, las mismas que fueron repartidas de acuerdo a la cantidad de familias que viven en cada zona, tratando de que intervengan todas las familias urbanas sin considerar otros factores como la situación económica, nivel de educación, etc.; ya que es un producto alimenticio de consumo masivo.

5.3.1.5. Población de Oferentes

En la ciudad de Loja existen varias comercializadoras que expenden el producto maní confitado, por esta razón se elabora un pequeño análisis donde se identifica a los principales comercializadores que se encuentran en el mercado local, tomando en cuenta las siguientes características: marcas, precios, tamaños y presentación.

Las comercializadoras con más demanda son: Almacenes Tía, Supermaxi, Mercatoa, Roca Frutt y Zerimar, entre las marcas que cada una expende están: Maní cris, Manitoba, Camari, La especial, Productos Don Justo. Para la población de oferentes también se consideró incluir a las distribuidoras de productos de consumo masivo de la ciudad de Loja como la Distribuidora Roció, Distribuidora Gálvez y la Distribuidora Reina del Cisne, mismas a las que se entrevistó, obteniendo como respuesta que ninguna de ellas distribuye maní confitado, por lo cual, se determinó que se trabajará con los supermercados de la ciudad de Loja, quienes también se constituyen como distribuidoras directas del producto maní confitado tanto a micromercados y tiendas de la ciudad, por consiguiente, estos supermercados son los de mayor incidencia y demanda del producto en el mercado local en tamaños desde 75gr, 100gr y 150gr, con precios que van desde \$0,50 a \$1,25 en presentación de tarrinas y fundas de plásticas.

5.3.1.5.1. Oferentes de maní confitado en la ciudad de Loja

Tabla 3

Supermercados de la ciudad de Loja

N°	EMPRESA	DIRECCIÓN	CONTACTO	CLASIFICACIÓN
1	Almacenes TIA	Av. Orillas del Zamora Entre Guayaquil y Azogues, Loja	958919364	Supermercado
2	Supermaxi	Av. 18 de Noviembre s/n y Gobernación de Mainas (C.C. La Pradera), Loja	07-2570558 07-2570550 07-570829	Supermercado
3	Mercatoa	Av. Andalucía, 78, Loja	099 693 3996	Supermercado
4	Roca Frutt	Av. Manuel Benjamín Carrión Esq.	(07) 254-7252	Supermercado
5	Zerimar	Calle y Av. Cuxibamba, Tena	07-2588083	Supermercado

Nota. Información de los supermercados de la ciudad de Loja

Una vez, establecida la población de oferentes se realizó una guía de entrevista compuesta de 10 preguntas, dirigidas a los gerentes de los cinco supermercados de la ciudad de Loja, se agendó una reunión virtual mediante la plataforma zoom para la entrevista.

5.3.1.6. Población de proveedores

Para identificar a los proveedores que se requerirán para la elaboración del maní confitado de piña. Se realizó un análisis de las principales materias primas que se encuentran en el mercado como son el maní de grano, el azúcar y la esencia de piña.

Los productos de consumo masivo que comúnmente se encuentran en el mercado y están a la disposición en cualquier distribuidora y supermercado son: el azúcar y la esencia de piña, por ello no se realizará una encuesta a estos proveedores.

Por otro lado, debido a la dificultad de encontrar maní de grano de buena calidad es necesario hacer un análisis de los principales negocios dedicados a la producción y comercialización de maní de excelente calidad, para ello se tomó en cuenta: el precio de la materia prima, la ubicación de dichos proveedores (cercanía a la ciudad de Loja) y el compromiso con el cliente. Una vez realizado este análisis, y seleccionado los proveedores adecuados se los detalla a continuación:

Tabla 4
Proveedores de maní de la ciudad de Loja

N°	EMPRESA Y/O NEGOCIO	DIRECCIÓN	CONTACTO	CLASIFICACIÓN
1	El Primo Junior	Calle Miguel Riofrio y Azuay, Loja	099 790 4703	Negocio de insumos agrícolas
2	El campesino	Calle Bolívar y Rocafuerte Esquina, Loja	(07) 258-4135	Negocio de insumos agrícolas
3	Amigo agricultor	Calle Sucre & Colon. Loja	2572356	Negocio de insumos agrícolas
4	El ganadero	Calle José Antonio Eguiguren, Loja	098 654 1254	Negocio de insumos agrícolas
5	Comercial Gálvez	Av. Bernardo Valdivieso. Loja	997150028	Negocio de insumos agrícolas

Nota. Información de los proveedores de maní de la ciudad de Loja

Una vez seleccionada la población de proveedores, se realizó una encuesta compuesta de 8 preguntas, dirigida a los propietarios de los cinco negocios de la ciudad de Loja.

6. Resultados

Se aplicó una encuesta a 385 familias de la ciudad de Loja, con la finalidad de conocer cuáles son los gustos y preferencias del producto maní confitado de piña, y otra encuesta dirigida a los proveedores de materia prima. También se efectuó una entrevista dirigida a los gerentes de las principales comercializadoras de maní confitado de la ciudad de Loja.

6.1. Análisis e interpretación de la encuesta aplicada a las familias de la zona urbana de la ciudad de Loja

1. ¿Usted consume maní?

Tabla 5

Consumo de maní

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	385	100%
NO	0	0%
TOTAL	385	100%

Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas realizadas sobre el consumo de maní, el 100% de los encuestados manifestaron que sí consumen el producto maní. Con los datos analizados, se determina que el producto tiene buena demanda en el mercado de la ciudad de Loja.

2. ¿Usted consume maní confitado?

Tabla 6

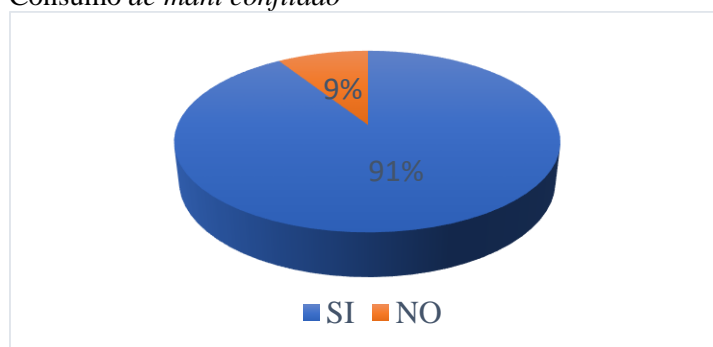
Consumo de maní confitado

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	350	91%
NO	35	9%
TOTAL	385	100%

Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Figura 3

Consumo de maní confitado



Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Análisis e interpretación

Con los resultados obtenidos de las encuestas realizadas sobre el consumo de maní confitado, el 91% de los encuestados manifestaron que sí consumen maní confitado, mientras que el 9% no consume el producto. De acuerdo a los datos analizados, se determina que el producto objeto de estudio tiene acogida en el mercado de la ciudad de Loja.

3. ¿Con que frecuencia y cantidad consume maní confitado?

Tabla 7

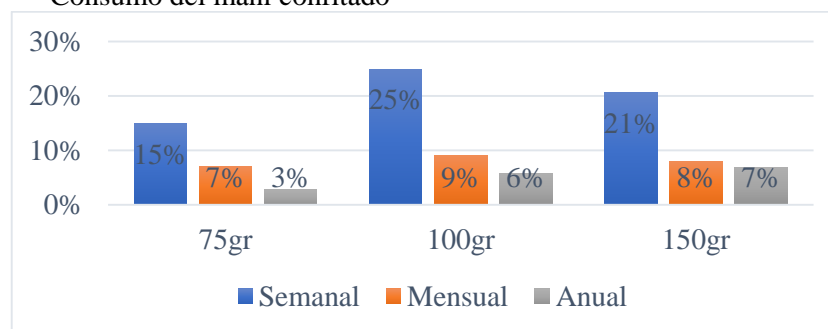
Cantidad y frecuencia de consumo de maní confitado

Frecuencia	Semanal		Mensual		Anual	
Cantidad	1 a 2 Uds.	Porcentaje	1 a 2 Uds.	Porcentaje	1 a 2 Uds.	Porcentaje
75gr	52	15%	87	25%	72	21%
100gr	25	7%	32	9%	28	8%
150gr	10	3%	20	6%	24	7%
TOTAL	87	25%	139	40%	124	35%

Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Figura 4

Consumo del maní confitado



Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos la mayoría de los encuestados prefieren adquirir el maní confitado mensualmente, siendo el producto de 75gr el más consumido, con un porcentaje de aceptación de 25%. Con esta información se concluye que el producto de 75gr, es el que goza de mayor aprobación en el mercado de la ciudad de Loja, por lo que la nueva empresa se debe enfocar en elaborar un producto con las mismas condiciones y características.

Tabla 8

Promedio semanal de consumo de maní confitado (Gramos)

Alternativas	Xm	Frecuencia	F(Xm)	Semanas	Total anual Unidades	Total anual en Gramos
75gr	1,5	52	78	52	4.056	304.200
100gr	1,5	25	37,5	52	1.950	195.000
150gr	1,5	10	15	52	780	117.000
TOTAL		87			6.786	616.200

Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos sobre el consumo semanal de maní confitado en las familias de la ciudad de Loja, se concluye que el producto de 75gr es el más consumido. El consumo promedio anual de maní confitado, como resultado de las familias que consumen semanalmente son 616.200 gramos de maní confitado.

Tabla 9

Promedio mensual de consumo de maní confitado (Gramos)

Alternativas	Xm	Frecuencia	F(Xm)	Semanas	Total Anual Unidades	Total anual en Gramos
75gr	1,5	87	130,5	12	1.566	117.450
100gr	1,5	32	48	12	576	57.600
150gr	1,5	20	30	12	360	54.000
TOTAL		139			2.502	229.050

Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Análisis e interpretación

Con los resultados obtenidos sobre el consumo mensual de maní confitado en las familias de la ciudad de Loja, se concluye que el producto de 75gr es el más consumido. El

consumo promedio anual de maní confitado, como resultado de las familias que consumen mensualmente son 229.050 gramos de maní confitado.

Tabla 10
Promedio anual de consumo de maní confitado (Gramos)

Alternativas	Xm	Frecuencia	F(Xm)	Semanas	Total Anual Unidades	Total anual en Gramos
75gr	1,5	72	108	1	108	8.100
100gr	1,5	28	42	1	42	4.200
150gr	1,5	24	36	1	36	5.400
TOTAL		124			186	17.700

Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Análisis e interpretación

Conforme a los resultados obtenidos sobre el consumo anual de maní confitado en las familias de la ciudad de Loja, se concluye que el producto de 75gr es el más consumido. El consumo promedio anual de maní confitado, como resultado de las familias que consumen anualmente son 17.700 gramos de maní confitado.

Tabla 11
Resumen en gramos

Alternativas de demanda:	Cantidad total en gramos consumidas anualmente
Semanal	616.200 gr
Mensual	229.050 gr
Anual	17.700 gr
Total anual	862.950 gr

Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Tabla 12
Consumo promedio anual de maní confitado en gramos

Formula	
$\sum F(Xm)$	862.950 gr
Frecuencia	350
Total	2.465,57 gr

Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Análisis e interpretación

Acorde a los resultados obtenidos la tabla 7.4 muestra la sumatoria del consumo promedio anual en gramos de maní confitado, obteniendo un total de 862.950gr. Una vez

realizados todos los cálculos se obtiene el consumo promedio anual de maní confitado en gramos en cada familia, obteniendo como resultado 2.465,57 gramos.

4. ¿En qué tipo de presentación consume el maní confitado?

Tabla 13

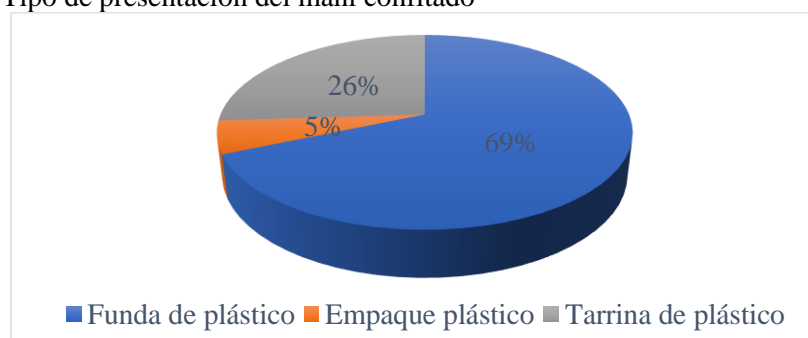
Tipo de presentación del maní confitado

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Funda de plástico	240	69%
Empaque plástico	19	5%
Tarrina de plástico	91	26%
TOTAL	350	100%

Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Figura 5

Tipo de presentación del maní confitado



Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Análisis e interpretación

Con los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas sobre el tipo de presentación del producto, el 69% lo consumen en funda de plástico, el 26% en tarrina de plástico, y el 5% en empaque plástico. Por consiguiente, se determina que la mayoría de los consumidores adquieren el producto en la presentación de funda de plástico. Esto permitirá tener una perspectiva del tipo de presentación más apropiada para ofertar el producto al público objetivo.

5. ¿En qué lugares efectúa la compra del maní confitado?

Tabla 14

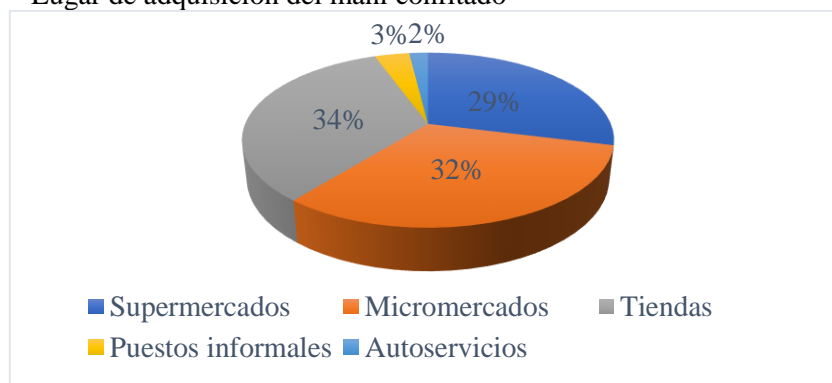
Lugar de adquisición del maní confitado

Variables	Frecuencia	Total Encuesta	Porcentaje
Supermercados	104	350	30%
Micromercados	115	350	33%
Tiendas	121	350	35%
Puestos informales	13	350	4%

Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Figura 6

Lugar de adquisición del maní confitado



Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas sobre el lugar de adquisición del producto, el 34% lo adquieren en tiendas, el 32% en micromercados, el 29% en supermercados, el 3% en puestos informales y el 2% en autoservicios. En base a los datos analizados, se determina que el producto objeto de estudio está posicionado en tiendas, micromercados y supermercados que son los lugares donde mayor frecuencia la población objeto de estudio. Los resultados analizados indican que el producto puede posicionarse en un mercado altamente competitivo de la ciudad de Loja.

6. ¿Cuál es el precio promedio que paga por el maní confitado que adquiere?

Tabla 15

Precio promedio que se paga por el maní confitado

Costo	Precio					
	75gr	Porcentaje	100gr	Porcentaje	150gr	Porcentaje
\$0,50 a \$0,75	118	34%	4	1%	2	1%
\$0,76 a \$1,00	16	5%	103	29%	6	2%
\$1,01 a \$1,25	4	1%	7	2%	90	26%
Total	138	39%	114	33%	98	28%

Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Figura 7

Precio promedio que se paga por el maní confitado



Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas sobre el precio promedio que se paga por el maní confitado, el 34% paga un promedio de \$0.50 a \$0.75 por el producto de 75gr; el 29% paga un promedio de \$0,76 a \$1,00 por el producto de 100gr; mientras que el 26% paga \$1,01 a \$1.25 por el producto de 150gr.

Tabla 16

Precio promedio que se paga por el maní confitado de (75gr)

Costo	Xm	Frecuencia	F(Xm)
\$0,50 a \$0,75	0,38	118	44,25
\$0,76 a \$1,00	0,63	16	10,08
\$1,01 a \$1,25	0,88	4	3,52
Total		138	57,85

Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Tabla 17

Precio promedio que se paga por el maní confitado de (75gr)

Formula	
$\Sigma F(Xm)$	57,85
Frecuencia	138
Total	\$0,42

Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas, sobre el precio promedio que se paga por el maní confitado de 75gr. El 34% de los encuestados paga un

promedio de \$0,50 a \$0,75; el 5% paga entre \$0,76 a \$1,00 y el 1% paga un promedio entre \$1,01 a \$1,25. Con los datos analizados se determina que el producto de 75gr tiene un precio promedio de \$0.42

Tabla 18

Precio promedio que se paga por el maní confitado de (100gr)

Costo	Xm	Frecuencia	F(Xm)
\$0,50 a \$0,75	0,38	4	1,50
\$0,76 a \$1,00	0,63	103	64,89
\$1,01 a \$1,25	0,88	7	6,16
Total		114	72,55

Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Tabla 19

Precio promedio que se paga por el maní confitado de (100gr)

Formula	
$\Sigma F(Xm)$	72,55
Frecuencia	114
Total	0,64

Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas, sobre el precio promedio que se paga por el maní confitado de 100gr. El 1% paga un promedio de \$0.50 a \$0.75; el 5% paga entre \$0,76 a \$1,00 y el otro 1% paga un promedio entre \$1,01 a \$,25. Con los datos analizados se determina que el producto de 100gr tiene un precio promedio de \$0.64

Tabla 20

Precio promedio que se paga por el maní confitado de (150gr)

Costo	Xm	Frecuencia	F(Xm)
\$0,50 a \$0,75	0,38	2	0,75
\$0,76 a \$1,00	0,63	6	3,78
\$1,01 a \$1,25	0,88	90	79,20
Total		98	83,73

Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Tabla 21

Precio promedio que se paga por el maní confitado de (150gr)

Formula	
$\Sigma F(Xm)$	83,73
Frecuencia	98

Total	0,85
--------------	-------------

Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas, sobre el precio promedio que se paga por el maní confitado de 150gr. El 1% paga un promedio entre \$0.50 a \$0.75; el 2% paga un promedio entre \$0,76 a \$1,00 y el 26% un promedio entre \$1,01 a \$,25. Con los datos analizados se determina que el producto de 100gr tiene un precio promedio de \$0.85

7. ¿Qué tipo de promoción recibe cuando adquiere el producto?

Tabla 22

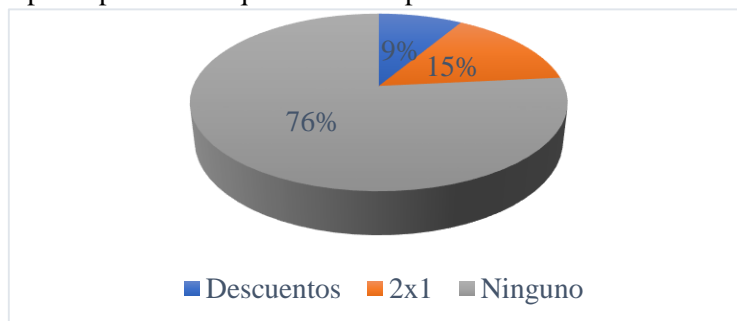
Tipo de promoción que recibe del producto

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Descuentos	30	9%
2x1	52	15%
Ninguno	268	77%
TOTAL	350	100%

Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Figura 8

Tipo de promoción que recibe del producto



Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas sobre el tipo de promoción que recibe el cliente por la compra del producto, el 76% manifestó que no ha recibido ningún tipo de promoción, mientras que el 15% ha recibido la promoción del 2x1 y el 9% la promoción de descuentos. Con los datos analizados, se determina que el producto objeto de estudio no cuenta con ningún tipo de promoción, estos datos permitirán identificar el tipo de promoción más adecuado para promover el producto de la nueva empresa.

8. Si en la ciudad de Loja se creara una empresa productora y comercializadora de maní con un valor agregado de sabor a piña. ¿Estaría dispuesto a adquirir el producto?

Tabla 23

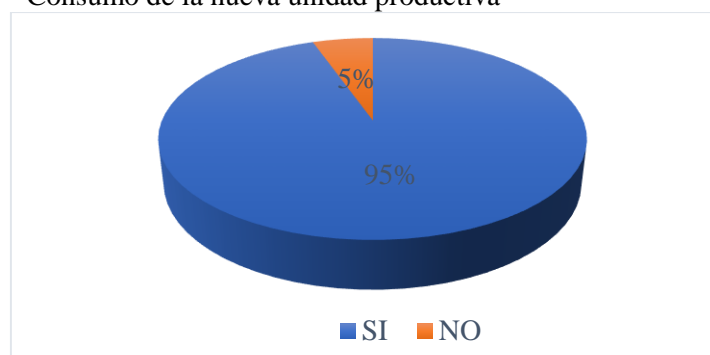
Consumo de la nueva unidad productiva

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	331	95%
NO	19	5%
TOTAL	350	100%

Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Figura 9

Consumo de la nueva unidad productiva



Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Análisis e interpretación

Por consiguiente, con los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas sobre el consumo de la nueva unidad productiva, el 95% manifestó que sí consumiría, mientras que el 5% manifestó que no consumiría el producto de la nueva empresa. De acuerdo a los datos analizados, se determina que la nueva unidad productiva tendrá acogida por los consumidores de maní confitado de la ciudad de Loja. Estos datos, indican que el producto tendría buena demanda en el mercado local.

9. ¿En qué tipo de presentación le gustaría adquirir el producto que le ofrece la nueva empresa?

Tabla 24

Tipo de presentación del nuevo producto

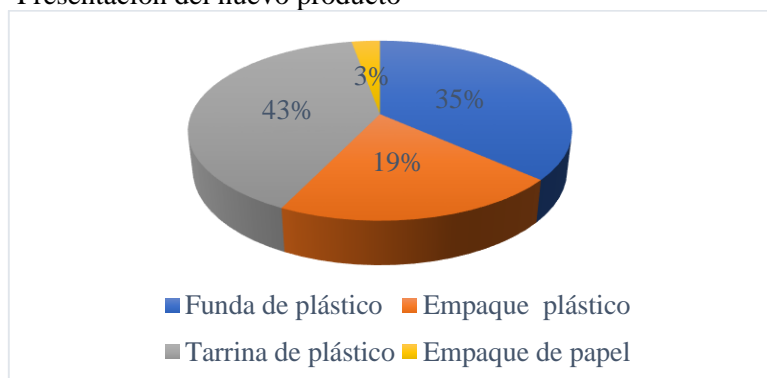
VARIABLES	FRECUENCIA	CANTIDAD
Funda de plástico	115	35%
Empaque plástico	64	19%
Tarrina de plástico	142	43%

Empaque de papel	10	3%
TOTAL	331	100%

Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Figura 10

Presentación del nuevo producto



Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Análisis e interpretación

Con los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas sobre la presentación del nuevo producto, el 43% le gustaría adquirirlo en tarrina de plástico, el 35% en funda de plástico, el 19% en empaque de plástico y el 3% en empaque de papel. De acuerdo a los datos analizados, se determina que el tipo de presentación de mayor acogida por el público objetivo es el de tarrina plástica. Por consiguiente, estos datos permitirán tener una perspectiva para poder determinar el tipo de envase de la nueva unidad productiva.

10. ¿De cuántos gramos le gustaría que sea la presentación del producto?

Tabla 25

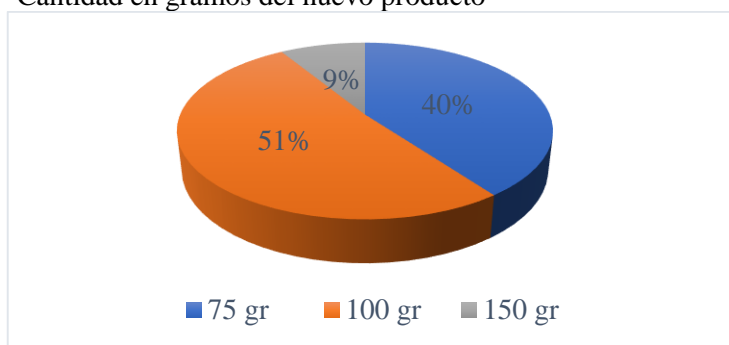
Cantidad en gramos del nuevo producto

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
75 gr	132	40%
100 gr	170	51%
150 gr	29	9%
TOTAL	331	100

Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Figura 11

Cantidad en gramos del nuevo producto



Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas sobre la cantidad en gramos de la nueva unidad productiva, el 51% manifestó que le gustaría adquirir la presentación de 100gr; el 40% la presentación de 75gr y el 9% la de 150gr. Por consiguiente, se determina que la cantidad en gramos de mayor acogida por el público objetivo es de 100gr. Los datos analizados ayudarán a tener una directriz de la cantidad en gramos para la producción de la nueva unidad productiva.

11. ¿Qué factores determinan su decisión de compra?

Tabla 26

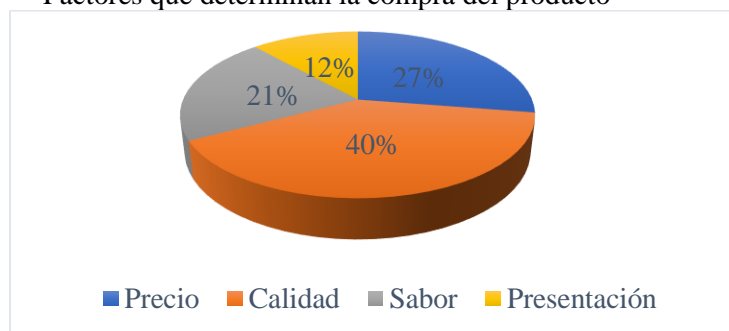
Factores que determinan la compra del producto

VARIABLES	FRECUENCIA	TOTAL	PORCENTAJE
Precio	94	331	28%
Calidad	136	331	41%
Sabor	72	331	22%
Presentación	40	331	12%

Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Figura 12

Factores que determinan la compra del producto



Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Análisis e interpretación

Con los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas sobre los factores que determinan la compra del producto, el 40% determina su compra a través del factor calidad, el 27% a través del factor precio, el 21% lo determina a través del sabor y el 12% a través de la presentación. Con los datos analizados, se concluye que el factor que más influye en los usuarios a la hora de adquirir un producto es la calidad. Estos datos brindan una perspectiva de los factores que ayudarán a determinar la compra de la nueva unidad productiva.

12. ¿En qué lugar le gustaría adquirir el producto?

Tabla 27

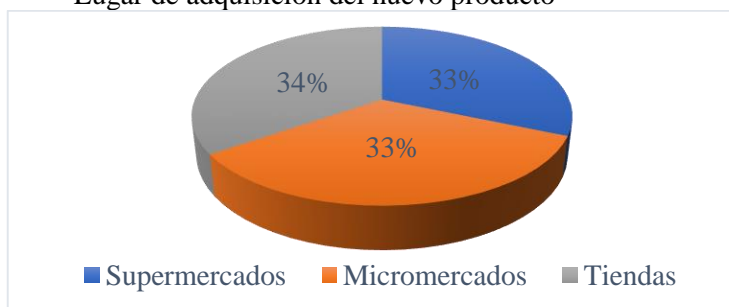
Lugar de adquisición del nuevo producto

VARIABLES	FRECUENCIA	TOTAL	PORCENTAJE
Supermercados	118	331	36%
Micromercados	115	331	35%
Tiendas	120	331	36%

Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Figura 13

Lugar de adquisición del nuevo producto



Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas sobre el lugar de adquisición del nuevo producto, el 34% le gustaría adquirirlo en tiendas, el 33% en micromercados y supermercados. Con los datos analizados, se determina que el producto objeto de estudio se lo posicionaría en tiendas, micromercados y supermercados que son los lugares donde más frecuenta la población objeto de estudio.

13. ¿Por qué medios de comunicación digital, le gustaría recibir información sobre el producto?

Tabla 28

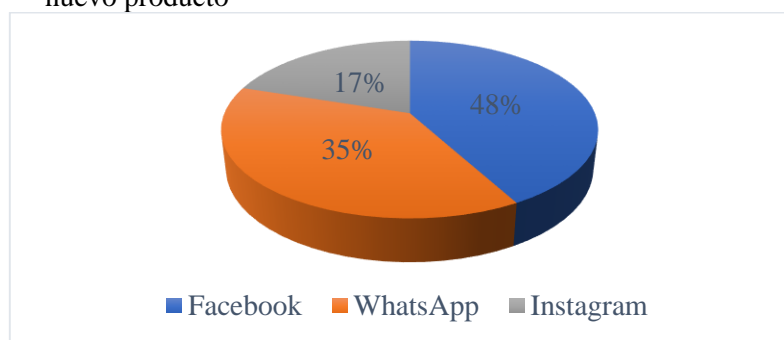
Medios de comunicación digital para dar información del nuevo producto

VARIABLES	FRECUENCIA	TOTAL	PORCENTAJE
Facebook	162	331	49%
WhatsApp	120	331	36%
Instagram	59	331	18%

Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Figura 14

Medios de comunicación digital para dar información del nuevo producto



Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Análisis e interpretación

Por consiguiente, con los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas sobre los medios de comunicación digital, el 48% manifestó que le gustaría recibir información del producto a través de la plataforma digital Facebook, el 35% a través de WhatsApp y el 17% a través de Instagram. Acorde a los datos analizados, se determina que el medio de comunicación digital más empleado por la población objeto de estudio es la plataforma de digital Facebook. Estos resultados, permiten determinar los medios de comunicación digital más apropiados para brindar información de la nueva unidad productiva.

14. ¿Por qué medios de comunicación tradicional, le gustaría recibir información sobre el producto?

Tabla 29

Medios de comunicación tradicional para dar información del nuevo producto

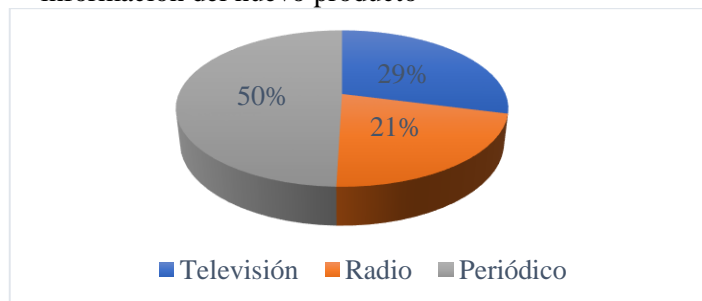
VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión	96	29%
Radio	71	21%
Periódico	164	50%

TOTAL	331	100%
-------	-----	------

Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Figura 15

Medios de comunicación tradicional para dar información del nuevo producto



Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas sobre los medios de comunicación tradicionales, el 50% manifestó que le gustaría recibir información del producto a través del periódico, el 29% a través de la televisión y el 21% a través de la radio. Con el análisis de los datos, se determina que el medio de comunicación tradicional más empleados por la población objeto de estudio es el periódico. Por consiguiente, estos resultados permiten determinar los medios de comunicación tradicionales más convenientes para brindar información de la nueva unidad productiva.

15. ¿Qué tipo de promociones le gustaría recibir del producto?

Tabla 30

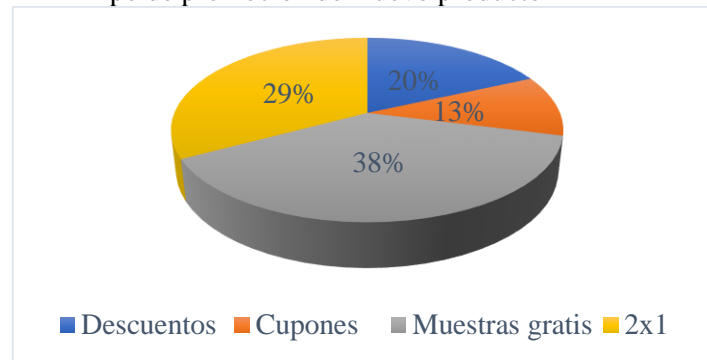
Tipo de promoción del nuevo producto

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Descuentos	65	20%
Cupones	43	43%
Muestras gratis	125	125%
2x1	98	98%
TOTAL	331	100%

Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Figura 16

Tipo de promoción del nuevo producto



Nota. Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Análisis e interpretación

Con los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas sobre el tipo de promoción del nuevo producto, el 38% manifestó que desearía recibir muestras gratis, el 29% la promoción del 2x1, mientras que el 20% desearía recibir descuentos y el 13% cupones. De acuerdo a los datos analizados, se determina que la población objeto de estudio desea recibir la promoción de muestras gratis en la nueva unidad productiva. Por consiguiente, estos datos indican el tipo de promoción más idóneo para promover el consumo del nuevo producto.

6.2. Análisis e interpretación de la entrevista realizadas a los oferentes de maní confitado de la ciudad de Loja

1. ¿En su negocio vende maní confitado?

De acuerdo a los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas a los oferentes de la ciudad de Loja, todos los negocios venden maní confitado de diferentes marcas.

2. ¿En qué tipo de presentación vende el maní confitado?

Con los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas sobre el tipo de presentación del producto, la mayoría de los negocios comercializa el producto en la presentación de funda plástica y algunos en la presentación de tarrina plástica.

3. ¿Cuántas tarrinas de 75 gr; 100 gr – 150gr de maní confitado vende anualmente en su negocio?

Tabla 31*Tarrinas de 75gr que expenden los negocios*

Negocios	Cantidad anual (Tarrinas de 75gr)	Cantidad Anual vendida en (Gramos)
Almacenes TIA	9.500	712.500
Supermaxi	9.200	690.000
Mercatoa	9.100	682.500
Roca Frutt	9.000	675.000
Zerimar	8.050	603.750
TOTAL	44.850	3.363.750

Nota. Encuestas aplicadas a los oferentes de la ciudad de Loja

Con los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas, se determina que la venta anual de las tarrinas de maní confitado de 75gr en los principales negocios de la ciudad de Loja es de 44.850 tarrinas, esta cantidad en gramos es de 3.363.750gr al año.

Tabla 32*Tarrinas de 100gr que expenden los negocio negocios*

Negocio	Cantidad anual (Tarrinas de 100gr)	Cantidad Anual vendida en (Gramos)
Almacenes TIA	8.500	850.000
Supermaxi	8.200	820.000
Mercatoa	8.000	800.000
Roca Frutt	7.200	720.000
Zerimar	7.000	700.000
TOTAL	38.900	3.890.000

Nota. Encuestas aplicadas a los oferentes de la ciudad de Loja

De acuerdo a los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas, se determina que la venta anual de las tarrinas de maní confitado de 100gr en los principales negocios de la ciudad de Loja es de 38.900 tarrinas, esta cantidad en gramos es de 3.890.000 al año.

Tabla 33*Tarrinas de 150gr expende en el negocio*

Negocio	Cantidad anual (Tarrinas de 150gr)	Cantidad Anual vendida en (Gramos)
Almacenes TIA	7.100	1.065.000
Supermaxi	7.050	1.057.500
Mercatoa	7.000	1.050.000
Roca Frutt	6.050	907.500
Zerimar	6.090	913.500
TOTAL	33.290	4.993.500

Nota. Encuestas aplicadas a los oferentes de la ciudad de Loja

Con los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas, se determina que la venta anual de las tarrinas de maní confitado de 150gr en los principales negocios de la ciudad de Loja es de 33.290 tarrinas, esta cantidad en gramos es de 4.993.500gr al año.

4. ¿Cuál es el precio de venta del maní confitado, de acuerdo al tipo de presentación?

Con los resultados obtenidos de las entrevistas aplicadas sobre el precio de venta del maní confitado, la mayoría de los negocios manifestaron que venden las presentaciones de 75gr a un precio promedio de \$0.80centavos; la presentación de 100gr a \$1.15 y la presentación de 150gr a un precio de \$1.30

5. ¿Cuáles son las empresas y/o personas que le proveen el maní confitado?

De acuerdo a los datos analizados, la mayoría de negocios cuentan con proveedores nacionales quienes se encargan de proveer el producto de forma directa, los más destacados son Distribuidora Grafac, Distribuidora Intriago, Distribuidora Paez Maldonado, Distribuidora Maní Cris, Empresa Camari, Surtitodo, productos Don Justo y la Comercializadora Garcia y Garcia.

6. ¿Qué tipo de promociones emplea en su negocio por la compra del producto?

Con los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas sobre el tipo de promoción que emplean los negocios, los negocios como Mercatoa, Rocafrrt, Zerimar no emplea ningún tipo de promoción, mientras que Supermaxi emplea la promoción de descuentos y almacenes Tia la promoción del 2x1. Con los datos analizados, se determina que la mayoría de negocios no emplea ningún tipo de promoción para promover el consumo del producto.

7. ¿Usted utiliza algún medio de comunicación para dar a conocer el producto?

De acuerdo a los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas sobre la utilización de los medios de comunicación que emplean los negocios, todos los negocios manifestaron que sí utilizan medios de comunicación para dar a conocer el producto.

8. ¿Qué medios de comunicación utiliza usted para dar a conocer el producto?

Con los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas sobre los medios de comunicación que emplean los negocios, la mayoría de negocios manifestaron que utiliza la red social Facebook como medio de comunicación para dar a conocer e informar el producto.

9. ¿Cuál fue el porcentaje de incremento en ventas del maní confitado en el periodo 2020 al 2021?

Acorde a los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas sobre el porcentaje de incremento en ventas en el periodo 2020-2021, la mayoría de gerentes de los negocios manifestaron que al iniciar la pandemia del Covid-19 la comercialización de estas bajo significativamente, puesto que, al inicio de la cuarentena la mayoría de negocios permanecieron cerrados por algunos meses, afectando su comercialización. Una vez que reabrieron los negocios, y empezó la reactivación económica bajo las normas de bioseguridad, fue incrementado la distribución de estos y demás productos de consumo, por lo que para el 2021, la mayoría de los negocios tuvo un incremento de ventas del 2%. También manifestaron que aún no se recupera con normalidad la comercialización habitual de estos productos.

10. ¿Si se implementara una empresa productora y comercializadora de maní confitado de piña, estaría dispuesto a adquirir el producto para comercializarlo?

Todos los negocios manifestaron que sí distribuirían el producto. Lo que indica que la nueva unidad productiva tendrá acogida por los oferentes de la ciudad de Loja para la distribución del producto.

6.3. Análisis e interpretación de la encuesta aplicada a los proveedores de maní de la ciudad de Loja

1. ¿Usted es productor de maní?

Tabla 34

Productor de maní

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	100%
NO	0	0%
TOTAL	5	100%

Nota. Encuestas aplicadas a los proveedores de maní de la ciudad de Loja

Con los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas, el 100% de los encuestados manifestó que sí son productores de maní.

2. ¿Qué tipo de maní produce?

Tabla 35

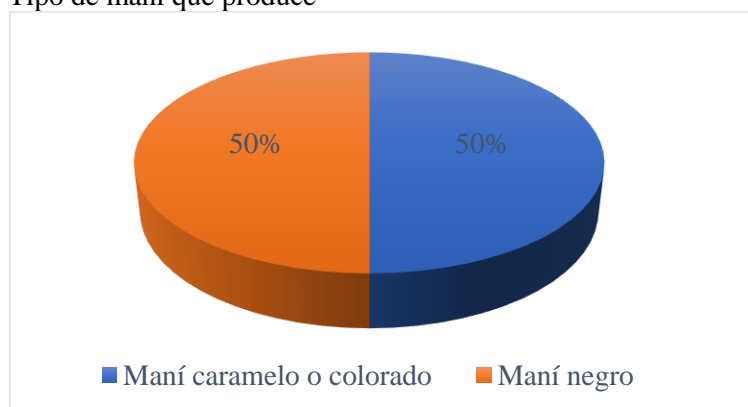
Tipo de maní que produce

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Maní caramelo o colorado	5	100%
Maní negro	5	100%

Nota. Encuestas aplicadas a los proveedores de maní de la ciudad de Loja

Figura 17

Tipo de maní que produce



Nota. Encuestas aplicadas a los proveedores de maní de la ciudad de Loja

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas sobre el tipo de maní que producen los proveedores, el 100% de los encuestados manifestó producir los dos tipos de maní, como es el maní caramelo o colorado y el maní negro.

3. ¿Si usted produce maní colorado ¿Qué cantidad produce en quintales(qq) anualmente?

Tabla 36

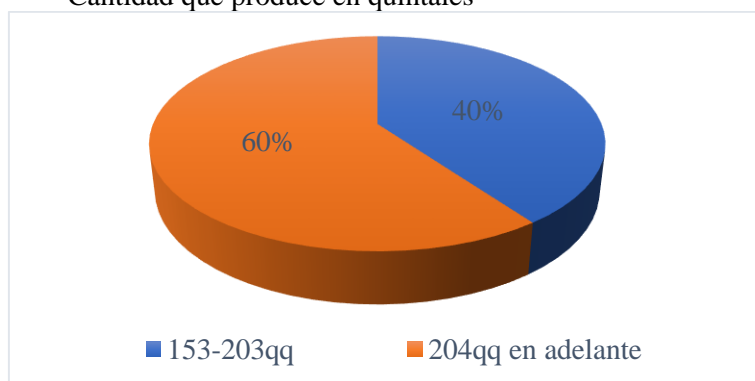
Cantidad que produce en quintales

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
153 - 203qq	2	40%
204qq en adelante	3	60%
TOTAL	5	100%

Nota. Encuestas aplicadas a los proveedores de maní de la ciudad de Loja

Figura 18

Cantidad que produce en quintales



Nota. Encuestas aplicadas a los proveedores de maní de la ciudad de Loja

Con los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas sobre la cantidad que produce en quintales anualmente, el 60% manifestó producir de 204qq en adelante, mientras que el 40% produce de 153qq a 203qq. Con los datos analizados, se determina que la mayoría de proveedores producen más de 204qq de maní anualmente.

4. ¿Cuál es el precio promedio que usted vende el quintal de maní caramelo?

De acuerdo a los resultados obtenidos, los negocios proveedores de maní (El primo Junior, El campesino, El amigo agricultor, El ganadero, Comercial Gálvez) manifestaron que el quintal de maní está en un promedio de \$60

5. ¿A quién comercializa?

Con los resultados obtenidos, los negocios proveedores de maní como El primo Junior, El campesino, El amigo agricultor, El ganadero, Comercial Gálvez, se evidencia que proveen a locales comerciales, agricultores, pequeños comerciantes, intermediarios y personas en general.

6. ¿En qué lugares comercializa?

De acuerdo a los resultados obtenidos, los negocios proveedores de maní como El primo Junior, El campesino, El amigo agricultor, comercializan en toda la provincia de Loja, específicamente en los Cantones de Paltas, Chaguarpamba, Quilanga, Olmedo, etc. Mientras que los demás negocios como El ganadero, y Comercial Gálvez comercializan a nivel nacional específicamente en las ciudades de Quito, Guayaquil, Santo Domingo y Machala.

7. ¿La comercialización del maní lo realiza a quién?

Tabla 37

A quien comercializa

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mayoristas	5	100%
Minoristas	5	100%
Venta directa al consumidor	5	100%

Nota. Encuestas aplicadas a los proveedores de maní de la ciudad de Loja

Con los resultados obtenidos, el 100% de los negocios proveedores de maní, indicaron que la comercialización la realizan a mayoristas, minoristas y directamente al consumidor.

8. Si en la ciudad de Loja se implementara una empresa productora y comercializadora de maní confitado de piña ¿Estaría usted dispuesto a proveernos de la materia prima?

Tabla 38

Proveer materia prima a la nueva empresa

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	100%
NO	0	0%
TOTAL	5	100%

Nota. Encuestas aplicadas a los proveedores de maní de la ciudad de Loja

De acuerdo a los resultados obtenidos, el 100% de los negocios proveedores de maní, manifestaron que sí están dispuestos a proveer la materia prima a la nueva empresa.

7. Discusión

Con los datos analizados en la aplicación de las encuestas a las familias de la zona urbana de la ciudad de Loja, y a los proveedores de materia prima; y luego de haber efectuado la entrevista a los gerentes de los principales supermercados que expenden maní confitado, se procede a analizar y determinar la demanda potencial, real, efectiva, la oferta y demanda insatisfecha de maní confitado.

Posteriormente se detalla el plan de comercialización que realizará la empresa “Confitería la lojanita” para distribuir y hacer conocer el producto, en él se describen los objetivos, la descripción, características, estrategias de diferenciación y el precio del producto para su venta; seguidamente se detallan los tipos de canales de distribución y el tipo de promoción y publicidad que utilizará la empresa para dar a conocer el producto de forma masiva. Con la información obtenida se desarrollará el estudio técnico del presente proyecto.

7.1. Análisis de la demanda

Para el desarrollo de la investigación, primero se realizó la segmentación geográfica seleccionando a la población de la ciudad de Loja, posterior a ello, se efectuó una segmentación demográfica, tomando en cuenta varios factores: como el porcentaje de consumo de snacks artesanales y la tasa del sector urbano de la ciudad de Loja, por consiguiente, se determinó que el producto es de consumo por lo que está dirigido a las familias del sector urbano de la ciudad de Loja.

Los datos utilizados son obtenidos del censo de población y vivienda realizado en el año 2010 por el INEC y proyectados al año actual 2021 dando una población de 13.744 familias del sector urbano de la ciudad de Loja, luego se realiza la proyección para los cinco años de vida útil del proyecto con una tasa de crecimiento de 2,65%.

Tabla 39
Proyección de la población

Años	Familias del sector Urbano de la ciudad de Loja (2,65%)
0	13.744
1	14.108
2	14.482
3	14.866
4	15.260
5	15.664

Nota. Proyección de las familias del sector urbano de la ciudad de Loja; Adaptada del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo 2010; (<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/>)

7.1.1. Demanda Potencial

La demanda potencial es la máxima demanda posible que podría tener el maní confitado de piña, es decir, el número de posibles compradores que estaría conformado por las familias del sector urbano de la ciudad de Loja que consume dicho producto. La demanda potencial es calculada a partir de la pregunta 1 de la encuesta aplicada a las familias lojanas, en donde se investiga si consumen maní, obteniendo que el 100% si consumen este tipo de alimento (Ver tabla 5), esta cantidad se la multiplica por las familias del sector urbano de la ciudad de Loja.

Tabla 40
Demanda Potencial Real

Años	Familias del sector urbano de la ciudad de Loja (100%)	Porcentaje de aceptación	Demandantes Potenciales	Promedio consumo anual (Gramos)	Demanda potencial en gramos
0	13.744		13.744		33.886.814
1	14.108		14.108		34.784.814
2	14.482	100%	14.482	2.465,57	35.706.612
3	14.866		14.866		36.652.837
4	15.260		15.260		37.624.137
5	15.664		15.664		38.621.177

Nota. Demanda potencial real. Información tomada de la Tabla 5 y la Tabla 28

7.1.2. Demanda Real

El análisis de la demanda real se lo realiza con el fin de conocer el número de demandantes que consumen actualmente maní confitado, esta respuesta se obtiene de la pregunta 2, donde se investiga si las familias lojanas consumen maní confitado actualmente, dando como resultado que el 91% de las familias si consumen (Ver tabla 6) este porcentaje se lo multiplica por la demanda potencial para obtener la demanda real del producto.

Tabla 41
Demanda Real de maní confitado en gramos

Años	Demandantes Potenciales	Porcentaje de consumo maní confitado	Demandantes Reales	Promedio Consumo Anual (Gramos)	Demanda Real en gramos
0	13.744		12.495		30.806.194
1	14.108		12.826		31.622.558
2	14.482	91%	13.166	2.465,57	32.460.556
3	14.866		13.514		33.320.761
4	15.260		13.873		34.203.761
5	15.664		14.240		35.110.161

Nota. Demanda real de maní confitado. Información tomada de la Tabla 6 y la Tabla 28.1

7.1.3. Demanda Efectiva

La demanda efectiva se establece a partir de los demandantes reales que están dispuestos en adquirir el nuevo producto del proyecto y será deducida de la pregunta 8 de la encuesta realizada a los consumidores, la misma que investiga si las familias estarían dispuestas a adquirir un nuevo producto como es el maní confitado sabor a piña, resultando que el 95% de las familias sí lo adquirirían (Ver tabla 12), por consiguiente, se toma el 95% y se lo multiplica por la demandantes reales para obtener la demanda efectiva del maní confitado de piña.

Tabla 42

Demanda Efectiva de maní confitado en gramos

Años	Demandantes Reales	Porcentaje de aceptación	Demandantes Efectivos	Promedio Consumo anual (Gramos)	Demanda Efectiva anual en gramos
0	12.495	95%	11.813	2.465,57	29.133.858
1	12.826		12.129		29.905.905
2	13.166		12.451		30.698.412
3	13.514		12.781		31.511.920
4	13.873		13.119		32.346.986
5	13.240		13.467		33.204.181

Nota. Demanda efectiva de maní confitado. Información tomada de la Tabla 12 y la Tabla 28.2

7.2. Análisis de la Oferta

Para conocer la oferta del producto maní confitado en la ciudad de Loja se procedió a investigar y entrevistar a los principales supermercados que expenden este producto, entre ellos Almacenes Tia, Supermaxi, Roca Frutt y Zerimar. Estos negocios no solo se constituyen como comercializadoras sino también como distribuidoras directas de maní confitado tanto a micromercados y tiendas de la ciudad, sumando la cantidad de unidades vendidas al año en cada una, se obtuvo un resultado de 117.040 tarrinas de maní confitado, que en gramos son 12.247.250gr.

Tabla 43

Ventas anuales de maní confitado en los supermercados de la ciudad de Loja

Alternativas	Cantidad Anual (Tarrinas)	Cantidad Anual (Gramos)
75gr	44.850	3.363.750
100gr	38.900	3.890.000
150gr	33.290	4.993.500
TOTAL	117.040	12.247.250

Nota. Ventas anuales de maní confitado. Información tomada de la entrevista realizada a los supermercados de la ciudad de Loja.

7.2.1. Proyección de la Oferta

Para determinar la proyección de la oferta se tomó en cuenta el total de tarrinas por unidad y gramos de maní confitado comercializadas anualmente por los oferentes y se multiplica para el porcentaje de incremento en ventas anual que tiene este producto, que se encuentra descrito en la pregunta 9 de la entrevista realizada a los oferentes, los cuales respondieron que es del 2% de incremento anual.

Tabla 44
Proyección de la oferta

Años	Oferta en Tarrinas (2%)	Oferta en Gramos (2%)
0	117.040	12.247.250
1	119.381	12.492.195
2	121.768	12.742.039
3	124.204	12.996.880
4	126.688	13.256.817
5	129.222	13.521.954

Nota. Proyección de la oferta. Información tomada de la Tabla 29

7.3. Demanda Insatisfecha

Para determinar la demanda insatisfecha se procede a sacar la diferencia entre la demanda efectiva y la oferta, como se muestra en la tabla siguiente.

Tabla 45
Demanda insatisfecha de maní confitado

Años	Demanda Efectiva (Gramos)	Oferta (Gramos)	Demanda Insatisfecha (Gramos)
0	29.133.858	12.247.250	16.886.608
1	29.905.905	12.492.195	17.413.710
2	30.698.412	12.742.039	17.956.373
3	31.511.920	12.996.880	18.515.040
4	32.346.986	13.256.817	19.090.168
5	33.204.181	13.521.954	19.682.227

Nota. Demanda insatisfecha de maní confitado. Información tomada de la Tabla 28.3 y la Tabla 30

En la tabla 31 se puede visualizar la evolución de la demanda insatisfecha, en el año base se obtiene una demanda insatisfecha de 17.413.710gr de maní confitado, en el tercer año asciende a 18.515.040 gr y en el quinto año es de 19.682.227 gr del producto.

7.4. Plan de Comercialización

Poner énfasis en las estrategias del marketing y la mercadotecnia es de vital importancia para ejecutar un buen plan de comercialización, ya que tiene el objetivo de lograr una mejor aceptación de la empresa y su producto en el mercado.

7.4.1. Producto

Nombre del producto: Candy Maní

Objetivos del producto.

- Lograr que el producto sea líder en el mercado de la ciudad de Loja.
- Conseguir lealtad del consumidor hacia el producto.
- Vender el 100% de lo producido.

7.4.1.1. Descripción del producto

“Candy maní” se trata de un delicioso snack elaborado de forma artesanal a base de la cocción de maní de grano, azúcar blanca y de esencia de piña. Estos ingredientes son 100% naturales y están exentos de productos químicos y artificiales, además este producto brinda gran proporción de valores nutricionales para la salud.

Figura 19
Presentación del producto maní confitado





Nota. Presentación del producto; desarrollado en la plataforma vistacreate (<https://create.vista.com>)

7.4.1.2. Características del producto que comercializará la nueva empresa

Presentación: El producto maní confitado se comercializará en un recipiente de plástico (tarrina) transparente de 100gr, el recipiente llevará su respectivo etiquetado, identificando la información completa del producto, además se envasará al vacío y constará de una cerradura hermética para proteger el contenido.

Etiquetado: La etiqueta del producto especificará todas las características del maní confitado como el nombre, logotipo, ingredientes, indicaciones, código de barras, semáforo y tabla nutricional. El nombre del producto será “Candy maní” y su razón social “Confitería la lojanita Cía. Ltda.” Esta etiqueta estará adherida al envase de 100gr que contendrá el producto para su comercialización.

Figura 20
Etiqueta del envase

CONSERVAR EN AMBIENTE FRESCO Y SECO Ingredientes Producto artesanal a base de maní de grano, azúcar blanca y esencia de piña Indicaciones Una vez abierto conservar en un lugar fresco y seco Tiempo máximo de consumo 6 meses	100g  Producto artesanal  Maní confitado de piña	INFORMACIÓN NUTRICIONAL Tamaño por porción: 100g Porciones por envase: 5 Cantidad por porción ENERGÍA (Calorías) 712kl 170(Kcal) Energía de grasa (Calorías de grasa) 377kl 90(Kcal)																											
SEMÁFORO NUTRICIONAL ALTO en AZÚCAR ALTO en GRASA BAJO en CAL		<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th colspan="2">%valor diario</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Grasa Total</td> <td>10 g</td> <td>15%</td> </tr> <tr> <td>Ácidos grasos naturales</td> <td>5 g</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Ácidos grasos-trans</td> <td>0 g</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Colesterol</td> <td>0 mg</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Sodio</td> <td>5 mg</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Carbhidratos totales</td> <td>14 g</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>Azúcares</td> <td>11 g</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Proteínas</td> <td>5 g</td> <td>10%</td> </tr> </tbody> </table> <p>Los porcentajes de los valores, están basados en una dieta de 90 gramos (200 Calorías), sus valores pueden ser más altos o más bajos dependiendo de sus necesidades energéticas.</p>		%valor diario		Grasa Total	10 g	15%	Ácidos grasos naturales	5 g	10%	Ácidos grasos-trans	0 g	0%	Colesterol	0 mg	0%	Sodio	5 mg	0%	Carbhidratos totales	14 g	5%	Azúcares	11 g		Proteínas	5 g	10%
	%valor diario																												
Grasa Total	10 g	15%																											
Ácidos grasos naturales	5 g	10%																											
Ácidos grasos-trans	0 g	0%																											
Colesterol	0 mg	0%																											
Sodio	5 mg	0%																											
Carbhidratos totales	14 g	5%																											
Azúcares	11 g																												
Proteínas	5 g	10%																											

Nota. Etiqueta del producto; desarrollado en la plataforma vistacreate. (<https://create.vista.com/>)

7.4.1.2.1. Para el análisis de la etiqueta, se consideró el contenido del producto que son los siguientes

- **Ingredientes:** Describir los ingredientes del producto de manera clara y concreta de modo que la información sea segura y confiable.
- **Instrucciones:** Instruir al consumidor la manera de conservar el producto por más tiempo. Ya que una vez abierto debe permanecer en un lugar seco y fresco, para evitar pérdidas del producto.
- **Información nutricional:** Contiene el valor energético y nutricional, como el porcentaje de calorías, grasas totales, colesterol, carbohidratos, azúcares y proteínas contenidos en el producto.

- **Código de barra:** Es una imagen que estandariza e identifica el producto y su gestión comercial.
- **Peso neto:** es el peso real del producto sin incluir el peso del envase, en este caso 100gr que contiene el producto.
- **Logo:** Símbolo gráfico que se utilizará en las publicidades para identificar al producto.
- **Semaforización nutricional:** El sistema de etiquetación alimenticio para indicar el valor nutritivo del producto de un vistazo, se informará al consumidor el grado (alto, medio y bajo) de azúcar, sal y grasa del maní confitado de piña.

7.4.1.3. Estrategias de diferenciación

La principal estrategia de diferenciación de “Candy maní” es llegar a ser la primera línea de confitería artesanal en el mercado de la ciudad de Loja, el producto no tiene competencia directa ya que es un producto nuevo con valor agregado. La principal estrategia que se va a implementar, consiste en colocar una etiqueta que indique que el producto es elaborado de forma artesanal y se encuentra exento de productos químicos y artificiales, además se incluirán todos los ingredientes indicando su composición y beneficios en general del producto. Esta estrategia generará una ventaja muy significativa sobre la competencia en el mercado de la confitería de maní, que no ofertan un producto con tales características.

7.4.2. Precio

La empresa “Confitería la lojanita Cía. Ltda.” establecerá el precio del producto basándose en el análisis del estudio financiero del proyecto, donde intervienen parámetros de fabricación como: costos de materia prima, costos de maquinaria, gastos operativos, gastos no operativos, la capacidad de unidades que la empresa va a producir y el porcentaje de utilidad a recibir.

Para determinar el precio de venta al público (P.V.P) de “Candy maní” se consideran los costos de producción, más el margen de utilidad y el porcentaje de ganancia del intermediario. También se considera el precio de la competencia con la finalidad de tener una referencia alternativa del producto en el mercado.

El costo de los 100gr de maní confitado de piña que se va a ofertar en el mercado en el primer año, tendrá un costo de producción de \$0.90 centavos de dólar, un margen de utilidad de 10% y un precio de venta al público de \$99 centavos de dólar, en el tercer año tendrá un

costo de producción de \$0.83 centavos de dólar, un margen de utilidad de 25% y un precio de venta al público de \$1.04 centavos de dólar y en el quinto año el producto tendrá un costo de producción de \$0.79 centavos de dólar, un margen de utilidad de 40% y un precio de venta al público de \$1.10 centavos de dólar. Esto significa que la empresa durante su vida útil, incrementara en el precio de venta del producto de acuerdo al aumento del porcentaje de utilidad en cada año.

7.4.3. Plaza

La nueva empresa estará ubicada en la ciudad de Loja, Provincia Loja, parroquia Sucre, en la avenida Manuel Carrión Pinzano.

7.4.3.1. Canales de distribución

La distribución del producto, se lo realizará a través del canal de comercialización detallista mediante el cual, el producto maní confitado pasará desde el productor (empresa) hacia los intermediarios para luego ser vendido al consumidor final.

Figura 21
Canales de distribución de la nueva empresa



Nota. Canal de distribución de la empresa

7.4.4. Promoción

El objetivo de la promoción es estimular al cliente a comprar el producto maní confitado de piña que la empresa ofrecerá y así lograr su posicionamiento en la mente del consumidor. De acuerdo a los datos obtenidos de las encuestas realizadas a las diferentes familias de la zona urbana de la ciudad de Loja, en la pregunta 15 (Ver tabla 18), indicaron que la promoción que les gustaría recibir al adquirir el producto maní confitado de piña, son muestras gratis del producto.

7.4.4.1. Muestras gratis.

Las muestras gratis se emplearán como una estrategia para promocionar y dar a conocer el producto maní confitado de piña, con el fin de que el consumidor pueda probarlo. Durante los meses de febrero, marzo, mayo, octubre, noviembre y diciembre; y se colocará un stand demostrativo en diferentes puntos de venta, con la finalidad de ofrecer muestras del producto para los consumidores.

Esta promoción se realizará durante el primer año de vida útil de la empresa, con el objetivo de introducir el producto al mercado lojano.

Figura 22

Stand promocional de muestras gratis del producto



Nota. Stand promocional de muestras gratis; desarrollado en la plataforma vistacreate. (<https://create.vista.com/es/user>)

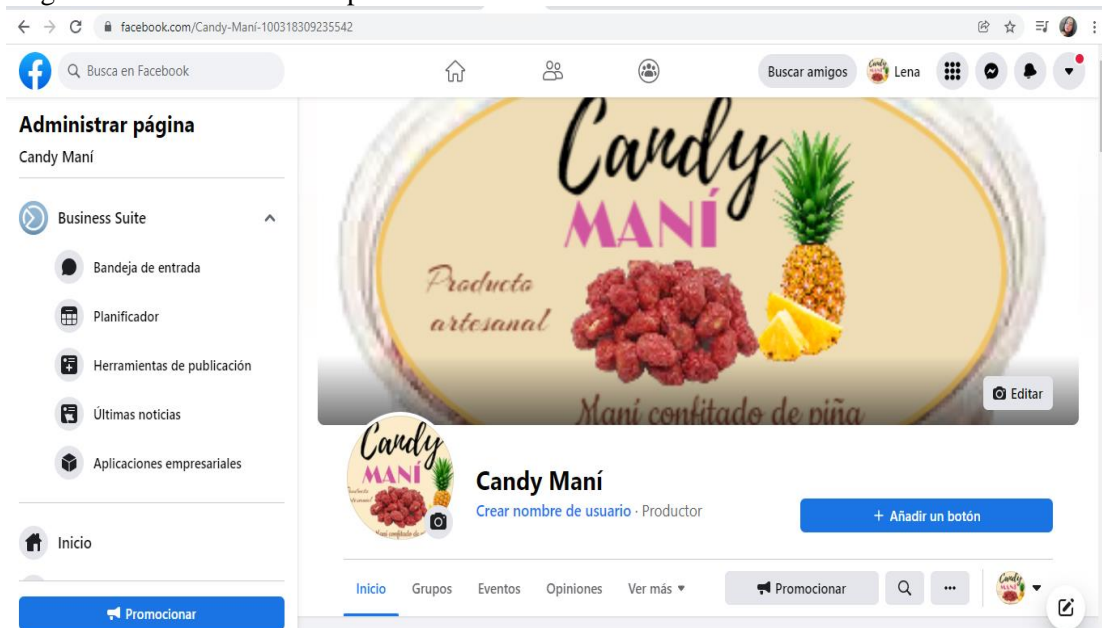
7.4.5. Publicidad

De acuerdo a los resultados obtenidos de la pregunta 13 y 14 de la encuesta realizada a las familias de la zona urbana de la ciudad de Loja, se determinó que los medios más empleados por la población objeto de estudio de forma digital son la red social Facebook y de forma tradicional a través del periódico. Por lo cual estos medios se emplearán para dar a conocer de manera masiva el producto.

7.4.5.1. Página digital Facebook.

La página oficial de Facebook de la empresa, tiene el nombre del producto como es “Candy maní”, cuentan con un contenido visual e informativo tanto de la empresa como de su producto, cuenta con una descripción de los beneficios e información nutricional, como también los contactos, correo electrónico y ubicación de la empresa.

Figura 23
Página de facebook de la empresa



Nota. Pagina oficial de facebook de la empresa. Tomado de (<https://www.facebook.com/Candy-Man%C3%AD-100318309235542>)

7.4.5.2. Anuncios en el periódico

Los anuncios en el periódico se realizarán en la empresa La Hora y se los publicará los días lunes, miércoles y viernes con un banner de 300x250 pixeles, esta publicidad se la realizará durante los cinco años de vida de la empresa, esto con el fin de que los clientes conozcan el nuevo producto e incrementar su consumo. La publicidad contará con un contenido informativo como el nombre y descripción del producto “Candy maní”, contactos, redes sociales y nombre de la empresa.

Figura 24

Anuncio de publicidad del producto de la empresa



7.5. Estudio Técnico

El presente estudio se desarrolla con el objetivo de determinar los requerimientos de necesarios para el proceso de producción del maní confitado de piña, en él se consideran los datos proporcionados por el estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, tamaño y localización, espacio físico y recurso humano.

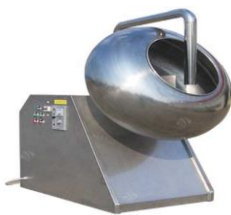
7.5.1. Tamaño del proyecto

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 diseñada o teórica y la capacidad utilizada.

7.5.1.1. Capacidad Diseñada o Teórica

Es la máxima producción de maní confitado de piña que se puede obtener de la maquinaria en un periodo de tiempo determinado, en condiciones reales. El componente tecnológico que va a permitir llevar a efecto el proceso productivo, es la máquina grageadora.

Tabla 46*Componente tecnológico*

Características de la Máquina Grageadora		
Capacidad	9 kilogramos	Imagen 8 <i>Máquina Grageadora</i> 
	9.000 Gramos	

Nota. Especificaciones de la Máquina Grageadora; Adaptada de la página Mercado Libre-Ecuador (<https://Mercadolibre.com>.)

Para la elaboración del maní confitado de piña se hace necesario utilizar como máquina principal la máquina grageadora, la cuál tiene la capacidad de procesar 9.000gramos de maní confitado de piña en 60 minutos. Para determinar la capacidad de producción diaria se multiplican los 9.000gr (capacidad máxima de la máquina) por 1.440 minutos que se generan por día y se divide para 60 minutos del proceso, dando como resultado 216.000gr; para determinar la capacidad de producción semanal se multiplican los 216.000gr para 7 que son los días de la semana, obteniendo como resultado 1.512.000gr, finalmente esta cantidad se multiplica por las 52 semanas que tiene el año obteniendo la capacidad de producción anual de 78.624.000gr.

Tabla 47*Capacidad Diseñada o Teórica*

Máquina Grageadora	Capacidad de producción diaria (Gramos)	Capacidad de producción Semanal(Gramos)	Capacidad de producción Anual (Gramos)
-Procesa 9.000 gramos de maní confitado en 60 minutos	$(9.000\text{gr} \times 1.440) / 60$	216.000gr x 7días de la semana	1.512.000gr x 52 semanas del año
-60 minutos equivale a un proceso	216.000gr	1.512.000gr	78.624.000gr

Nota. Capacidad diseñada en base al componente tecnológico

7.5.1.2. Capacidad Instalada

Es la cantidad de gramos de maní confitado de piña que se va a producir tomando en cuenta el total del proceso productivo, el cual procesa los 9.000 gramos de maní confitado de piña en 110 minutos. De los cuales 60 minutos ocupa la máquina grageadora.

En este apartado, se considerarán las 8 horas durante 5 días de jornada laboral estipuladas en el Reglamento del Código de Trabajo.

Para obtener la capacidad de producción diaria, se multiplican los 9.000gr de maní confitado de piña por los 480 minutos que equivalen a las 8 horas de jornada laboral y se divide para para los 110 minutos que se emplea en el flujograma de proceso, dando como resultado 39.273gr; para determinar el proceso de producción semanal se multiplican los 39.273 gramos que se realiza en el día por los cinco días que se trabajara a la semana, dando como resultado 196.364gr; finalmente para determinar la capacidad de producción anual se multiplca los 196.364gr que se realiza a la semana por las 52 semanas que se trabajara en el año, obteniendo como resultado 10.210.909 gramos anuales.

Tabla 48
Capacidad instalada del proyecto

Proceso productivo en base al flujograma de proceso	Capacidad de producción diaria (Gramos) (8horas)	Capacidad de producción semanal(Gramos) (5 días)	Capacidad de producción anual (Gramos) (52 semanas del año)
-Procesa 9.000 gramos de maní confitado de piña en 110 minutos	(9000 gr x 480min) /110min 39.273gr	39.273gr x 5 196.364gr	196.364gr x52 10.210.909gr

Nota. Capacidad instalada en base al flujograma de proceso.

La empresa “Confitería la lojanita Cía. Ltda.” Incrementará su porcentaje de capacidad de producción hasta llegar al 100%, como se muestra a continuación.

Tabla 49
Porcentaje de capacidad utilizada para trabajar

Años	Capacidad Instalada	Porcentaje de Capacidad	Capacidad Utilizada (Gramos)
1	10.210.909	80%	8.168.227
2	10.210.909	85%	8.679.273
3	10.210.909	90%	9.189.818
4	10.210.909	95%	9.700.364
5	10.210.909	100%	10.210.909

Nota. Información tomada de la tabla 34

La empresa comercializará el producto maní confitado de piña en tarrinas de plástico de 100gr, esto se determinó a partir de la pregunta 9 y 10 de los resultados de las encuestas realizadas a las familias del sector urbano de la ciudad de Loja, donde se indica que la mayoría desea adquirir el producto en tarrina plástica con una cantidad de 100gr. Por consiguiente, se

procede a obtener la cantidad de envases de maní confitado de piña de 100gr que elaborará la empresa de manera anual, mensual, semanal y diaria.

Tabla 50

Producción de maní confitado de piña en envases (tarrinas plásticas) de 100gr.

Capacidad de producción anual Tarrinas 100g	Capacidad de producción mensual Tarrinas 100g	Capacidad de producción semanal Tarrinas 100g	Capacidad de producción diaria Tarrinas 100g
81.687	6.807	1.571	313
86.793	7.233	1.669	333
91.898	7.658	1.767	352
97.004	8.084	1.865	372
102.109	8.509	1.864	391

Nota. Información tomada de la tabla 35

7.5.1.3. Capacidad de reserva

La capacidad de reserva indica la capacidad de producción que no utilizará la empresa y por lo tanto permanecerá en espera de que las condiciones de mercado obliguen a un incremento de producción. En el año 1 hasta el año 4 la empresa no utilizara toda su capacidad de producción, mientras que el año 5 la empresa trabajara con el 100% de capacidad de producción, debido a que se trabaja con un porcentaje de incremento en cada año. Por consiguiente, la capacidad de reserva se la obtiene de la diferencia entre la capacidad instalada y la capacidad utilizada, este cálculo se realizó para el año 2021 y para los periodos siguientes.

Tabla 51

Capacidad de reserva

Años	Capacidad Instalada	Capacidad Utilizada	Capacidad de reserva
1	10.210.909	8.168.227	2.042.182
2	10.210.909	8.679.273	1.531.636
3	10.210.909	9.189.818	1.021.091
4	10.210.909	9.700.364	510.545
5	10.210.909	10.210.909	-

Nota. Información tomada de la tabla 33 y la tabla 35

7.5.1.3.1. Participación en el mercado

La participación en el mercado es el porcentaje representativo que tiene la empresa frente a sus competidores. Para determinar el cálculo, se divide la capacidad utilizada (producción anual en gramos) para la demanda insatisfecha en gramos.

Tabla 52
Participación en el mercado

Años	Demanda insatisfecha (Gramos)	Capacidad Utilizada (Gramos)	Porcentaje de participación en el mercado
1	17.413.710	8.168.227	47%
2	17.956.373	8.679.273	48%
3	18.515.040	9.189.818	50%
4	19.090.168	9.700.364	51%
5	19.682.227	10.210.909	52%

Nota. Información tomada de la tabla 31 y tabla 35

7.5.2. Localización

Es importante analizar el lugar en donde estará ubicada la empresa “Confitería la lojanita Cía. Ltda.”, ya que constituye un factor importante y primordial para obtener mayores utilidades, aumentar la producción y ahorrar recursos, además a través del análisis de los factores se plantearán la macro y micro localización óptimas para la empresa.

7.5.2.1. Factores de localización

Constituyen todos aquellos aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa, los factores más comunes que determinan la localización son: materia prima, terreno, mercado, vías de comunicación, disponibilidad de mano de obra, transporte, servicios básicos como luz eléctrica, agua potable, teléfono, etc.

Tomando en cuenta estos factores, se ha considerado como lugar propicio para implantar la empresa, la ciudad de Loja, cantón y provincia de Loja, por considerarse un lugar estratégico, ya que en esta zona geográfica la empresa estará al alcance de quienes le proveerán la materia prima.

Con lo indicado anteriormente, se justifica la localización en la ciudad de Loja, parroquia Sucre, en la avenida Manuel Carrión Pinzano, por cuanto se dispone de toda la infraestructura básica que hace posible el desarrollo de actividades contando con:

- **Servicios básicos:** La infraestructura cuenta con todos los servicios necesarios como son agua potable, energía eléctrica, alcantarillado e inclusive tiene acceso a internet, actualmente tan importante para la implementación de la empresa.
- **Cercanía de las fuentes de abastecimiento:** Este factor tiene mayor incidencia en este tipo de empresas, es por ello que los principales proveedores de materia prima (maní),

son negocios de producción y comercialización posicionados en el mercado local y ubicados en la zona céntrica de la ciudad de Loja, por lo que la adquisición se lo realizaría de forma directa.

- **Disponibilidad y costo de mano de obra:** Actualmente en la ciudad de Loja existen personas altamente calificadas y capacitadas para desarrollar actividades de producción alimenticia, lo cual hace posible la existencia necesaria de mano de obra.
- **Medios y costos de transporte:** Sí existen los medios de transporte necesarios a costos mínimo para poder adquirir la materia prima y comercializar el producto terminado, puesto que la empresa estará ubicada en una de las zonas céntricas de la ciudad, esto también facilita el acceso a clientes y trabajadores
- **Factores Ambientales:** En cuanto al ambiente hace posible la ubicación de la empresa en la ciudad de Loja puesto que cuenta con un clima adecuado, ya que las temperaturas fluctúan entre 16 °C (60 °F) y 21 °C (70 °F), con una temperatura diaria de 17°C (63 °F), este tipo de clima es ventajoso para la producción de la empresa, ya que ayuda a preservar el producto por más tiempo.
- **Factores legales:** Para cumplir con las disposiciones legales que aseguren el funcionamiento correcto de la empresa, se debe conseguir los permisos correspondientes de las entidades reguladoras en la ciudad como son: el Municipio de Loja, Bomberos, el SRI, entre otras.
- **Cercanía del mercado:** La avenida Manuel Carrión Pinzano conecta con las calles y demás avenidas de la zona céntrica de la ciudad de Loja, donde están ubicados los supermercados, micromercados y tiendas que son los lugares donde se distribuirá el producto para su consumo.

7.5.2.2. Macro localización

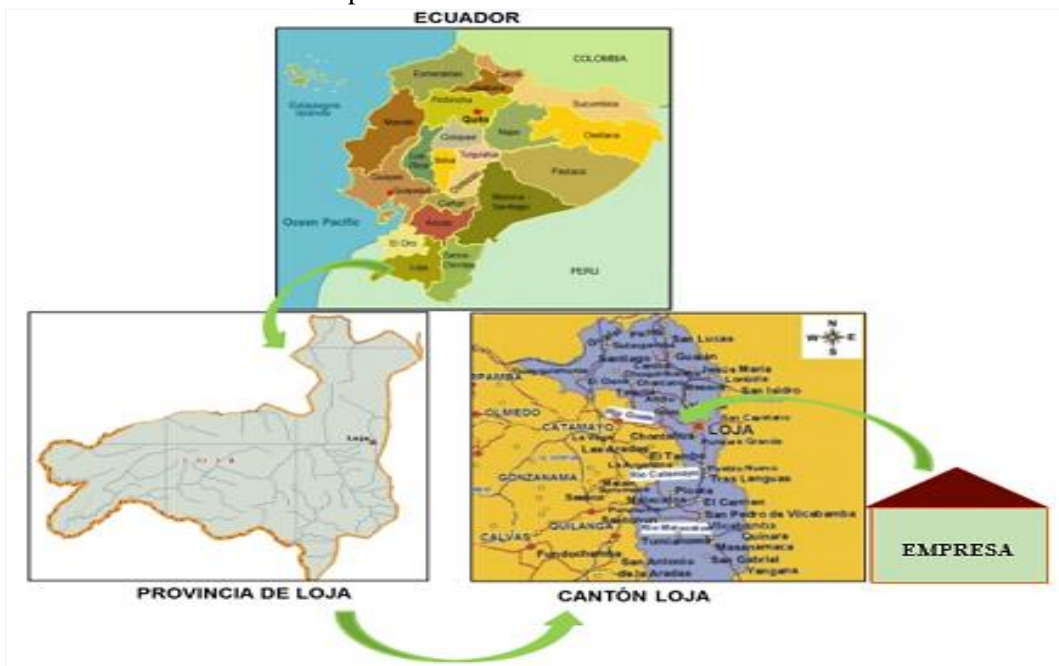
Es la zona geográfica general en donde se instalará la empresa “Confitería la lojanita Cía. Ltda.”, con el análisis de los factores geográficos, climáticos, culturales y económicos que anteceden, se concluye que la localización óptima de la planta para que tenga mayor rentabilidad y permita satisfacer concretamente el mercado estará ubicada en un lugar estratégico.

Es así que la empresa productora y comercializadora de maní confitado de piña se ubicará en el país Ecuador, en la región Sur perteneciente a la Zona 7 provincia de Loja, ciudad de Loja, debido a que cuenta con la infraestructura necesaria para respaldar la instalación.

- **País:** Ecuador
- **Región:** Sur
- **Provincia:** Loja
- **Cantón:** Loja
- **Ciudad:** Loja

Figura 25

Macro localización de la empresa



Nota. Macrolocalización de la empresa; Adaptada de Google

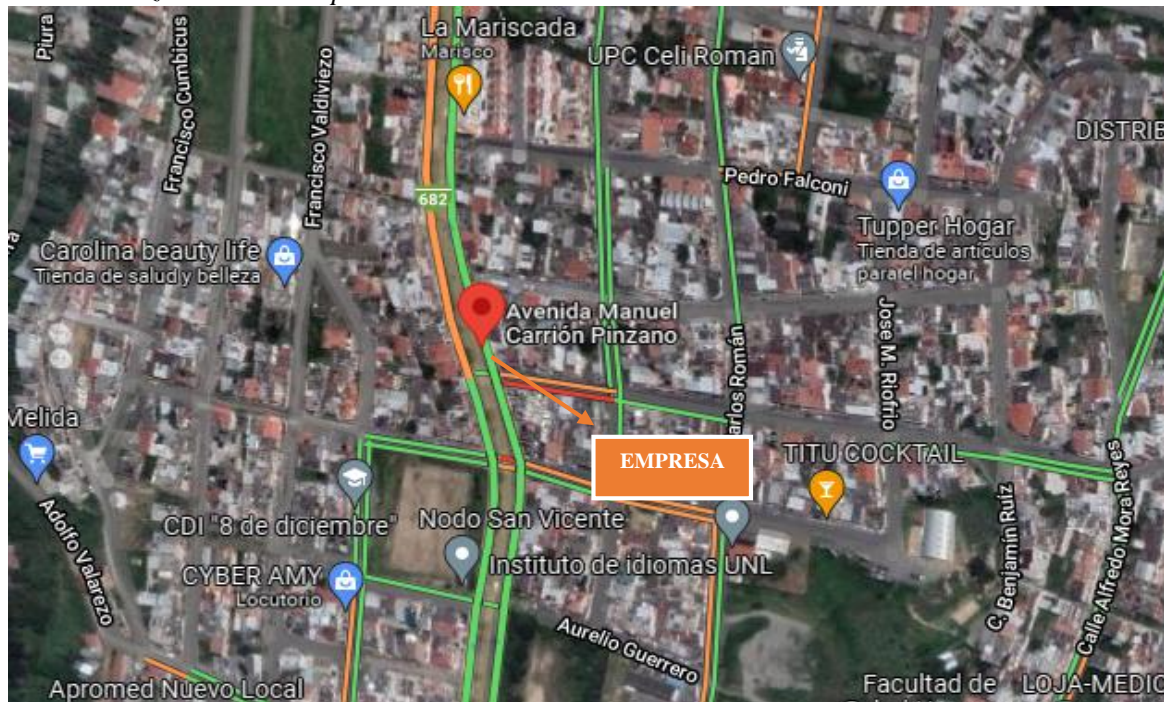
(<https://www.google/Loja>)

7.5.2.3. Micro localización

Es el lugar exacto dentro de la macro zona en donde se ubicará definitivamente la empresa “Confitería la lojanita Cía. Ltda.”. Una vez analizados todos los factores, se concluye que la empresa estará ubicada, en la ciudad de Loja, parroquia Sucre, en la avenida Manuel Carrión Pinzano, por cuanto se dispone de toda la infraestructura básica que hace posible el desarrollo de las actividades productivas de la empresa.

Figura 26

Micro localización de la empresa vía satelital



Nota. Macro localización de la empresa vía satelital; Tomado de google maps. (<https://www.google.com/maps/place/Av.+Manuel+Carri%C3%B3n+Pinzano,+Loja>)

Figura 27

Microlocalización de la empresa



Nota. Micro localización de la empresa; Tomado de google maps. (<https://www.google.com>)

7.5.3. Ingeniería del proyecto

Realizar el estudio de ingeniería (a nivel de pre factibilidad), dentro del programa de elaboración del proyecto, permite analizar todos los aspectos fundamentales como son: materias

primas, mano de obra, insumos, maquinaria, equipo y herramientas. Además, se diseña la infraestructura física de la planta, proceso productivo, diseño del producto y el flujograma de procesos.

7.5.3.1. Requerimientos para el funcionamiento de la empresa

En este apartado se describen todos los recursos necesarios para la producción de la empresa como son los requerimientos tecnológicos, materiales y humanos.

➤ Maquinaria

La maquinaria que se utilizará para el proceso productivo del maní confitado de piña, se la puede obtener de forma directa en el mercado local y nacional.

Tabla 53


Ficha técnica de la Máquina Grageadora

Imágen 12	Cantidad :1
<i>Maquina grageadora</i>	Marca: Twirlo
	Precio: \$3.500,00
	Características: <ul style="list-style-type: none"> • Material: Acero inoxidable • Capacidad: 9kg (9.000gr/lote) • Peso: 200kg • Energía: 0.55kw • Tamaño: Φ10.000*15.000*1.700mm • Color: Plateado.

Nota. Especificaciones de la maquina Grageadora. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador. (<https://Mercadolibre.com>)

Tabla 54

Ficha técnica de la Etiquetadora y Selladora

Imágen 13	Cantidad :1
<i>Etiquetadora y Selladora</i>	Marca: Henkel
	Precio: \$ 2.500,00
	Características: <ul style="list-style-type: none"> • Operación: Manual • Material: Acero inoxidable • Temperatura de sellado: 160-200°C • Capacidad: 50 tarrinas/hora • Peso: 18kg


Nota. Especificaciones de la etiquetadora y selladora. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador. (<https://Mercadolibre.com>)

Tabla 55*Ficha técnica de la Envasadora automática de tarrinas*

Imágen 14	Cantidad :1
Envasadora automática	Marca: Kugler
	Precio: \$2.000,00
	Características:
	<ul style="list-style-type: none"> • Rendimiento ajustable: 50Ud./hora • Capacidad: 100gr/ tarrina • Motor: 6 KW. Consumo: 10 A • Tensión de control:24 V • Frecuencia: 50 Hz

Nota. Especificación de la envasadora de tarrinas. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador. (<https://Mercadolibre.com>)

Tabla 56*Ficha técnica de la Balanza industrial*

Imágen 15	Cantidad: 1
Balanza industrial	Marca: A & D Weighing
	Precio: \$1.000,00
	Características:
	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño: Acero Inoxidable • Capacidad: 20 kilogramos • Materia: Aero inoxidable • Dimensiones: 80cm x 30cm • Calificación: Calidad ISO -9001

Nota. Especificaciones de la balanza industrial. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador. (<https://Mercadolibre.com>)

➤ **Muebles y Enseres**

Son todos aquellos bienes que son indispensables para poder adecuar cada una de las áreas donde se realizarán las actividades productivas la empresa. Se los puede obtener de forma directa en el mercado nacional y local.

- **Área de producción**

Tabla 57*Ficha técnica de la Mesa de trabajo*

Imágen 16	Cantidad: 2
Mesa de trabajo	Marca: Inoxchef
	Precio: \$180,00

**Características:**

- **Material:** Acero inoxidable AISI 304 de 1.5 mm de espesor.
- **Medidas:** 250 cm de largo, 100cm de ancho y 90cm de largo
- Respaldo mural sanitario de 10 mm.
- Cuenta con omegas de refuerzo en acero inoxidable.

Nota. Especificaciones de la mesa de trabajo. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador. (<https://Mercadolibre.com>)

Tabla 58*Ficha silla metálica*

Imágen 17

Cantidad: 2

*Silla Metálica***Marca:**Inoxchef**Precio:** \$40,00**Características:**

- **Material:** Acero inoxidable de alta densidad.
- **Medidas:** Altura total 85,5 cm; altura del asiento 46,5 cm; asiento 46 x 40,5 cm; altura del respaldo 38,5 cm.
- **Material del asiento:** tejido de terciopelo suave, relleno de esponja

Nota. Especificaciones de la silla metálica. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador. (<https://Mercadolibre.com>)

Tabla 59*Ficha técnica de la vitrina para confitería*

Imágen 18

Cantidad: 2

*Vitrina para confitería***Marca:** Tramontina**Precio:** \$350,00**Características**

- **Diseño:** Lamina de acero inoxidable
- **Material:** Calibre 22, acero satinado con vidrio
- **Capacidad:** 15kg (15.000gr)
- **Medidas:** 60cm de frente x 35 cm ancho x 47cm alto.

Nota. Especificaciones de la vitrina para confitería. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador. (<https://Mercadolibre.com>)

- **Área de Administración:**

Tabla 60*Ficha técnica del sillón ejecutivo*

Imágen 19

Cantidad: 2

*Sillón ejecutivo***Marca:** Hidrosa**Precio:** \$170,00**Características**

- Sillón Giratorio Ergonómico
- Regulación neumática de altura
- Asiento y Espaldar Semirígido
- Base de Metal Cromada
- Peso maximo soportado: 120 a 160kg.

Nota. Especificaciones del sillón ejecutivo. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador. (<https://Mercadolibre.com>)

Tabla 61*Ficha técnica escritorio ejecutivo*

Imágen 20

Cantidad: 2

*Escritorio ejecutivo***Marca:** Feldax**Precio:** \$200,00**Características**

- Escritorio ejecutivo
- Medidas: 150x150cm
- Cajonera 3 gavetas
- Chapa de seguridad
- Melamínico 25MM

Nota. Especificaciones del escritorio ejecutivo. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador. (<https://Mercadolibre.com>)

Tabla 62*Ficha técnica del estante archivador*

Imágen 21

Cantidad: 2

*Estante archivador***Marca:** Cappa**Precio:** \$180,00**Características**

- 2 cajones con archivador
- Cerradura en cada cajón
- Niveladores en la parte inferior
- Estantes regulables cada 32 mm
- Estructura de melamina de 19 mm

Nota. Especificaciones del estante archivador. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador. (<https://Mercadolibre.com>)

Tabla 63*Ficha técnica de la silla de oficina*

Imágen 22

Silla de oficina

Cantidad: 4

Marca: Itaca**Precio:** \$70,00**Características**

- Silla ergonómica
- Estándar 48 cm de altura
- Estructura de hierro
- Base de metal
- Asiento ancho
- Peso máximo de 250 libras

Nota. Especificaciones de la silla de oficina. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador. (<https://Mercadolibre.com>)

Tabla 64*Ficha técnica de la mesa de reuniones*

Imágen 23

Mesa de reuniones

Cantidad: 1

Marca: Auron**Precio:** \$500,00**Características**

- Diseño en melanina tipo bote, base H
- Tamaño 240cm L x120cm W x77cm H.
- Estándar 48 cm de altura
- Estructura de hierro
- Top con ranura, moldura de hule en la orilla

Nota. Especificaciones de la mesa de reuniones. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador. (<https://Mercadolibre.com>)

- **Área de ventas**

Tabla 65*Ficha técnica del stand demostrativo para ventas*

Imágen 24

Stand demostrativo

Cantidad: 1

Marca: Cendax**Precio:** \$300,00**Características**

- **Estructura:** Metalico PVC reforzado
- **Pesa:** 20 kgs
- **Medidas:** Altura total 3 mts, frentev 100 mts, fondo 60 mts

Nota. Especificaciones del stand demostrativo. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador. (<https://Mercadolibre.com>)

Tabla 66*Ficha técnica del escritorio*

Imágen 25

Cantidad: **1****Escritorio****Marca:** Fental**Precio:** \$180,00**Características**

- Cubierta en melamina de 24 mm de espesor, con tapacantos de PVC 1,5 de espesor.
- **Medidas:** Ancho 150 cms, profundidad 60 cms, altura 75 cms

Nota. Especificaciones del escritorio. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador. (<https://Mercadolibre.com>)

Tabla 67*Ficha técnica de la silla giratoria*

Imágen 26

Cantidad: **1****Escritorio****Marca:** Mublex**Precio:** \$150,00**Características**

- **Tipo:** Silla ergonómica
- **Material:** Metal cromada
- **Peso máximo:** 90kg
- **Altura máxima:** 107 cm
- **Altura mínima:** 117 cm

Nota. Especificaciones de la silla giratoria. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador. (<https://Mercadolibre.com>)

➤ **Implementos de producción**

Son los instrumentos que se utilizarán para el proceso productivo del maní confitado de piña, se los puede obtener de forma directa en el mercado nacional y local.

Tabla 68*Ficha técnica de la Bandeja de aluminio*

Imágen 27

Cantidad: **5****Bandeja de aluminio****Marca:** Termalimex**Precio:** \$40,00**Características:**

- **Material:** Fabricada en aluminio (calibre 18) de 55cm de largo x 35cm de ancho x 5cm de altura, base muy plana, acabado mate pulido
- **Capacidad:** 3.000gr

Nota. Especificaciones de la bandeja de aluminio. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador. (<https://Mercadolibre.com>)

Tabla 69*Ficha técnica del Cucharon de acero*

Imágen 28

Cucharon de aceroCantidad: **3****Marca:** Tramontina**Precio:** \$18,00**Características**

- **Diseño:** Acero inoxidable
- **Longitud de mango:** 15cm, diametro 6cm
- **Capacidad:** 0.03litros (30gr)
- Pala de alta resistencia, superficie lisa con acabado de espejo

Nota. Especificaciones del cucharon de acero. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador. (<https://Mercadolibre.com>)

Tabla 70*Ficha técnica de la pala de acero*

Imágen 29

Pala de aceroCantidad: **3****Marca:** Tramontina**Precio:** \$15,00**Características**

- **Diseño:** Acero inoxidable
- **Color:** Plateado
- **Capacidad:** 30gr

Nota. Especificaciones pala de acero. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador. (<https://Mercadolibre.com>)

Tabla 71*Ficha técnica del juego de utensilios*

Imágen 30

Juego de utensiliosCantidad: **2****Marca:** Maxi-Cook**Precio:** \$30,00**Características**

- **Diseño:** Acero inoxidable
- **Color:** Plateado
- 23 utensilios resistentes al calor

Nota. Especificaciones juego de utensilios. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador. (<https://Mercadolibre.com>)

➤ Equipos tecnológicos

Componentes tecnológicos que ayudan a realizar las actividades y/o tareas de la empresa en tiempos mínimos, se los puede obtener de forma directa en el mercado nacional y local.

Tabla 72

Ficha técnica del computador de escritorio

Imágen 31

Cantidad: **2**

Computador de escritorio

Marca: LG

Precio: \$800,00



Características

- Procesador Core i5 (séptima generación)
- Memoria RAM de 8 GB
- Disco duro de 500 GB
- Batería con duración de 10 horas
- Entradas USB, multilector de tarjetas, USB-C
- Pantalla LED de 15.6"

Nota. Especificaciones del computador de escritorio. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador. (<https://Mercadolibre.com>)

Tabla 73

Ficha técnica copiadora/impresora

Imágen 32

Cantidad: **2**

Copiadora/impresora

Marca: Epson XP211

Precio: \$450,00



Características

- Multifuncional
- Cable de alimentación y cable de USB
- Resolución: hasta 5760 x1440 dpi de resolución.
- Velocidad de impresión: máxima 26 ppm en texto negro y 13 ppm en texto a color.
- ADF de 50 hojas de papel

Nota. Especificación de la copiadora/impresora. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador. (<https://Mercadolibre.com>)

➤ Equipo de oficina

Conjunto de dispositivos que se requieren para llevar a cabo las tareas propias de la oficina, se los puede obtener de forma directa en el mercado nacional y local.

Tabla 74*Ficha técnica de la sumadora*

Imágen 33

Cantidad: **2****Sumadora****Marca:** Casio**Precio:** \$100,00**Características**

- **Dimensiones:**(Ancho x Profundidad x Altura) 197 x 272 x 63mm
- **Factor de forma:** escritorio
- **Dígitos:** 12
- **Tipo:** mpresión de 2.3 líneas por segundo
- **Funcionamiento:** a pilas
- **Impresión:** dos colores

Nota. Especificación de la sumadora. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador. (<https://Mercadolibre.com>)

Tabla 75*Ficha técnica del teléfono inalámbrico*

Imágen 34

Cantidad: **2****Teléfono inalámbrico****Marca:** Digital DECT**Precio:** \$150,00**Características**

- Tecnología DECT 1.9GHz
- Identificador de llamadas
- Directorio telefónico de 50 números
- Flash, redial, fecha, hora y alarma
- Teclado iluminado
- Altavoz manos libres

Nota. Especificaciones del teléfono inalámbrico. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador. (<https://Mercadolibre.com>)

➤ Equipo de seguridad

Conjunto de dispositivos de control y vigilancia, se los puede obtener de forma directa en el mercado nacional y local.

Tabla 76**Ficha técnica de la cámara de seguridad**

Imágen 35

Cantidad: **1****Cámara de seguridad****Marca:** Digital DECT**Precio:** \$300,00**Características**

- **Factor de forma:** Domo
- **Tipom de montaje:** Techo
- **Colocación soportada:** Interior y exterior (día y noche)
- **Total de megapixeles:** 1MP
- **Distancia focal fija:** 2.8 mm

Nota. Especificaciones de la cámara de seguridad. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador. (<https://Mercadolibre.com>)

➤ Vehículo

El automóvil de la empresa se utilizará estrictamente en las horas de servicio y para uso estrictamente profesional. Es decir, solo estará disponible para el personal durante las horas de trabajo.

Tabla 77**Ficha técnica del vehículo**

Imágen 36

Cantidad: **1****Vehículo****Marca:** Chevrolet alto**Precio:** \$5,000**Características**

- **Motor:** 1.100
- **Transmisión:** Manual de 5 velocidades
- **Versión:** Auto
- **Numero de pasajeros:**5

Nota. Especificaciones del vehículo. Adaptada de la página oficial Mercado Libre Ecuador. (<https://Mercadolibre.com>)

➤ Talento Humano

La fuerza humana es uno de los recursos más importantes de una organización, ya que influyen positivamente en el rendimiento empresarial y productivo. El personal que labore en

la empresa “Confitería la lojanita Cía. Ltda.” debe estar altamente capacitado en su área de trabajo, poseer experiencia y una formación académica de nivel tecnológico o superior.

Área de producción:

- **Jefe de producción (1):** Tiene como responsabilidad principal planificar, organizar, dar seguimiento y controlar las actividades del proceso productivo, encargado de la adquisición y recepción de materia prima, como también del mantenimiento de maquinaria y control de obreros.
- **Obreros (2):** Realizar labores de producción, se encargan de transformar la materia prima en producto terminado.

Área administrativa:

- **Gerente (1):** Se encarga de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades y al personal de la empresa, realiza la gestión empresarial.
- **Secretaria-Contadora (1):** Coadyuvar con la dirección en la planeación y organización de las actividades administrativas, cumplir con demás disposiciones de la gerencia. Encargada de llevar la contabilidad de la empresa.

Área de ventas:

- **Jefe de ventas (1):** Control de clientes y proveedores, elaborar planes de venta y supervisar las ventas.
- **Chofer -Vendedor (1):** Realizar las actividades en referencia a las ventas, entrega y/o despacho del producto.

El personal requerido es de 7 personas, para realizar las actividades productivas de la empresa Confitería la lojanita.

7.5.4. Infraestructura física

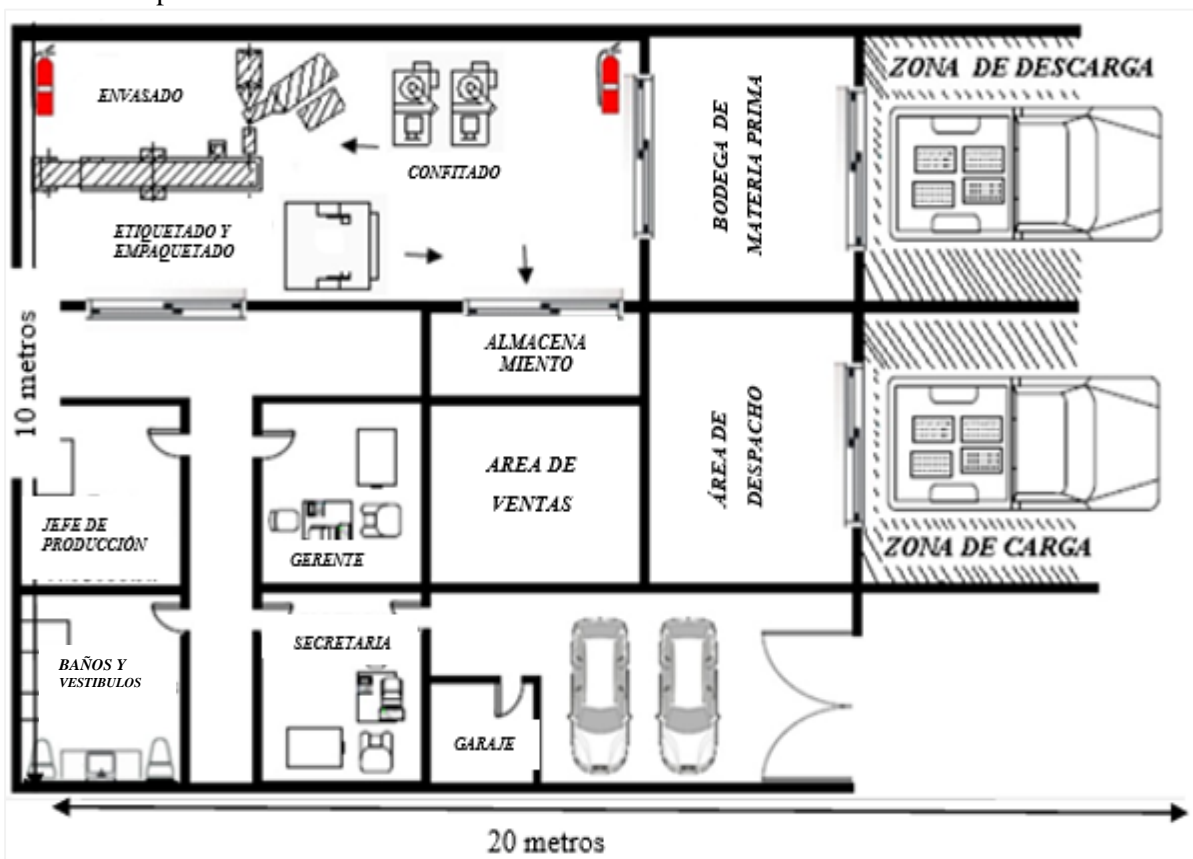
Dentro de los aspectos de ingeniería del proyecto, se considera a la infraestructura como el área o espacio físico donde la empresa operará.

7.5.4.1. Distribución física de la planta

La planta de la nueva empresa está distribuida de tal manera que permita el desarrollo de todas las actividades con fluidez y sin demoras.

Según las características físicas que requiere la empresa, la planta dispondrá de un área de 200m², los mismos que están debidamente distribuidos de acuerdo a las necesidades empresariales de cada área.

Figura 28
Diseño de la planta



Nota. Diseño de la planta; desarrollado en la plataforma vistacreate. (<https://create.vista.com>)

Tabla 78
Distribución de la planta

ÁREAS	METROS
Área de producción	90m2
Área administrativa	35m2
Área de ventas	30m2
Baños y vestíbulos	20m2
Zona de carga y descarga	25m2
Total	200 metros

Nota. Distribución de la planta.

7.5.5. Proceso de producción

Son las fases por las cuales debe pasar la materia prima para su transformación, mediante la utilización de maquinaria, equipo, herramientas y mano de obra.

7.5.5.1. Descripción del proceso productivo



























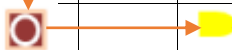


A continuación, se describe mediante el gráfico el flujograma de proceso para la producción de 9.000 gramos de maní confitado de piña en 110 minutos, este proceso se repite para los 5 días de la semana y en sí para las 52 semanas en el año de acuerdo a la operatividad de la empresa.

- **Recepción de materia prima:** En este proceso se receipta la materia prima de las empresas proveedoras, específicamente el maní pelado, el azúcar y la esencia de piña. Tiempo empleado 5 minutos.
- **Control de calidad:** Se realiza un control de calidad para verificar el estado de la materia prima y clasificar la de buena y mala calidad. Tiempo empleado 10 minutos.
- **Lavado:** El maní pelado pasa por varias etapas de lavado, con la finalidad de remover cualquier desperdicio o residuo. Tiempo empleado 5 minutos.
- **Encofitamiento del maní:** Se regula la velocidad de la máquina grageadora tipo bombo a 180°C, y se procede a colocar el maní y el azúcar; se cocina la mezcla hasta alcanzar el punto de encofitado y secado, finalmente se coloca la esencia de piña a la mezcla. Tiempo empleado 60 minutos.
- **Enfriamiento del maní confitado de piña:** Una vez realizado el encofitado de maní de piña, se retira de la máquina grageadora y se coloca en bandejas de aluminio para su enfriamiento dentro de una vitrina, el tiempo necesario es de 15 minutos.
- **Pesado y envasado:** Una vez que el producto está completamente frío, se procede a colocar los envases (tarrinas plásticas) en la máquina envasadora, la misma que se encargara de pesar y envasar el producto terminado. Tiempo empleado 10 minutos.
- **Sellado y etiquetado:** Una vez envasado el producto, se procede a colocar las tarrinas en la máquina etiquetadora y selladora, este proceso dura aproximadamente 5 minutos.
- **Almacenamiento:** En esta etapa se trasporta el producto envasado a la bodega de control y registro para su posterior distribución. Tiempo empleado 5 minutos.

7.5.5.2. Diagrama de Flujo del proceso productivo

Tabla 79

Flujograma de proceso para la producción diaria de maní confitado de piña de 100gramos



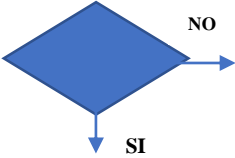
		CONFITERÍA LA LOJANITA CÍA. LTDA Producto artesanal, natural y nutritivo							
Operación: Producción		Hoja N°: 1		Tiempo empleado: 110 minutos					
Producto: Maní confitado de piña		Diseñado por: Leidy Ochoa Salzar			Operación				
Producción: 9.000gramos		Fecha: Enero de 2022			Operación combinada				
Autorizado por: Gerencia					Transporte				
					Demora				
					Control e Inspección				
					Almacenamiento				
N°	Tiempo empleado por lote (minutos)	Simbología del proceso productivo							
								Actividad	
1	5							Recepción Materia Prima	
2	5								Control de calidad
3	5								Lavado
4	60								Encofitamiento del maní (Maquina Grageadora)
5	15								Enfriamiento del maní confitado de piña
6	10								Pesado y envasado del maní confitado de piña
7	5								Sellado y etiquetado del maní confitado de piña
8	5								Almacenamiento
	110minutos	TIEMPO TOTAL DEL PROCESO							

7.5.5.3. Diagrama de flujo

Describe gráficamente las actividades que se realizan en el proceso productivo del maní confitado de piña.

Tabla 80

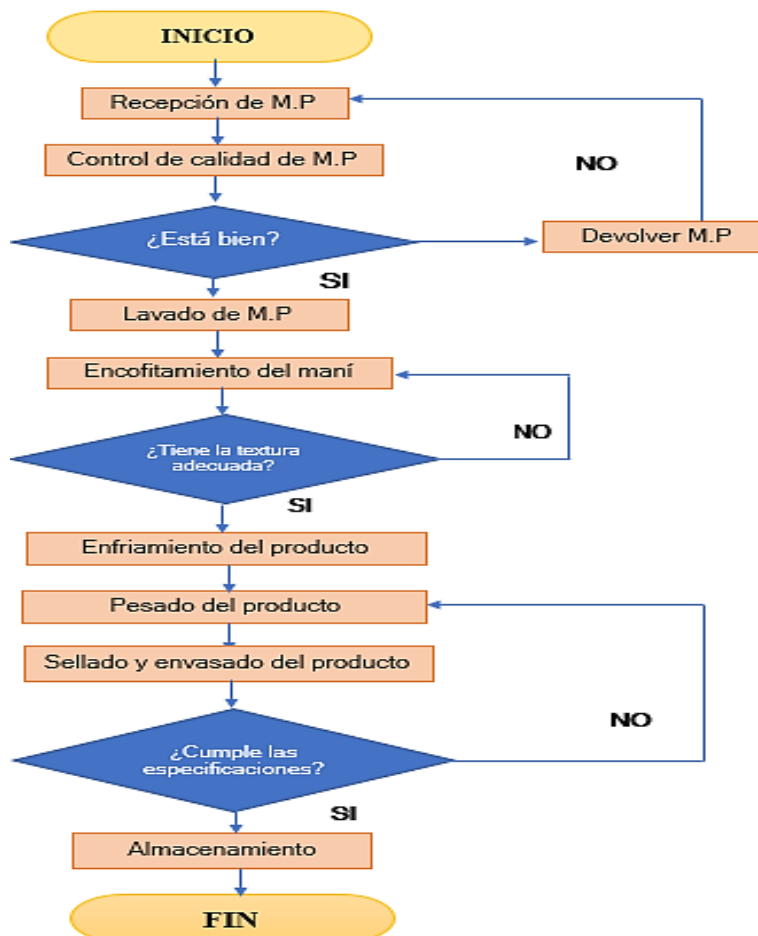
Simbología del diagrama de flujo

	Inicio y Fin del proceso
	Realizar un proceso
	Tomar una decisión (Una pregunta) La respuesta a la pregunta puede ser SÍ o NO

Nota. Simbología del diagrama de flujo.

Figura 29

Diagrama de flujo del proceso productivo del maní confitado de piña



7.5.6. Ficha técnica del maní confitado de piña

Tabla 81

Ficha técnica del maní confitado de piña

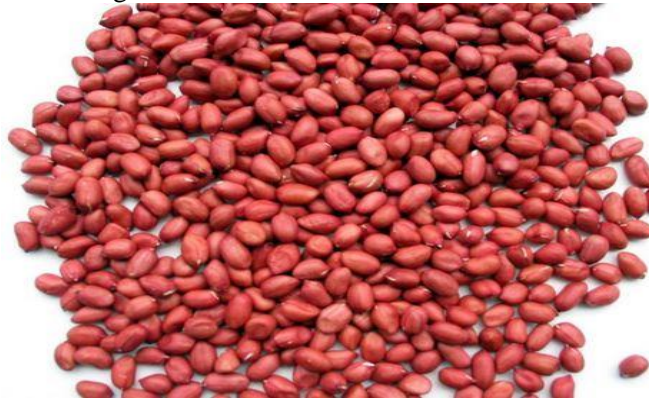
FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	
Nombre del producto	Candy maní
Slogan	“El dulce nutritivo del corazón”
Etiquetado	La etiqueta del producto estará especificando todas las características del producto como el nombre, logotipo, ingredientes, indicaciones, código de barras, semáforo nutricional y la tabla nutricional.
Ingredientes	El producto se elaborará de forma artesanal a base de la cocción de maní en grano, azúcar blanca y de esencia de piña.
Presentación	Envase plástico (tarrina transparente) de 100gr
Tiempo de duración	Seis meses a temperatura ambiente
Conservación	Una vez abierto debe permanecer en un lugar fresco, para evitar daño del producto
Características organolépticas	<ul style="list-style-type: none">• El color del producto será marrón, que es el resultado de la mezcla entre el azúcar y el color del maní.• Consistencia granulada• Olor a maní y piña• Sabor ligeramente dulce
Modo de empleo	No agitar fuerte, retirar el sello y degustar en cualquier momento.
Beneficios	Este producto brinda gran proporción de valores nutricionales para la salud, ya que aporta: <ul style="list-style-type: none">• Grasa natural• Energía• Rica en fibra por lo tanto ayuda a regular el tránsito intestinal

Nota. Ficha técnica del maní confitado de piña.

7.5.7. Balance de materiales

Identificación de la materia prima requerida para la elaboración del maní confitado de piña.

Figura 30
Maní de grano colorado



Nota. Maní de grano. Tomada de la página de google.
(<https://www.google.com/search?q=mani+colorado>)

Figura 31
Azúcar blanca



Nota. Azúcar blanca. Tomada de la página de google.
(<https://www.google.com/search?q=azucar+blanca>)

Figura 32
Esencia de piña



Nota. Esencia de piña. Tomada de la página de google.
(<https://www.google.com/search?=&esenciar+depiña>)

Para la producción anual de 8.168.727 gramos de maní confitado de piña, se utilizan: 20.422 libras de maní de grano; 27.229 libras de azúcar y 272.291 libras de esencia de piña, de

acuerdo al cálculo de cada materia prima, se realiza la conversión a quintales y gramos. Por lo tanto, la empresa requerirá 93 quintales de maní, 124 quintales de azúcar y 1.089gramos de esencia de piña, estas cantidades se multiplican por el precio de cada de cada quintal y gamo, determinando así un costo anual de \$10.991

Tabla 82

Balance de Materia prima anual.

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad Anual	Precio por Quintal	Total Anual	Total Mensual
Azúcar	Quintales	93	35,00	4.332	361
Maní de grano	Quintales	124	65,00	5.570	464
Esencia de piña	Gramos	1.089	1,00	1.089	91
TOTAL				10.991	916

Nota. Balance anual de Materia Prima.

7.6. Estudio Legal y Administrativo

El presente estudio permite conocer el proceso jurídico, legal y administrativo por el cual se debe pasar la empresa para su constitución y de esta manera establecer la organización administrativa y su filosofía empresarial.

7.6.1. Diseño Organizacional

7.6.1.1. Organización Jurídica

La empresa “Confitería la lojanita.” Se constituirá jurídicamente como una COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA. El Art. 92 de la Ley de compañías, menciona que “La compañía de responsabilidad ilimitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras “Compañía Limitada” o “Cía. Ltda.”

7.6.1.2. Organización Legal

Es la forma legal que adquirirá la empresa al momento de constituirse de acuerdo a los requisitos que dispone la Ley. Para que una empresa se constituya legalmente la Superintendencia de Compañías exige el cumplimiento de los siguientes requisitos:

- **Razón social:** Esta empresa estará constituida jurídicamente como Compañía de Responsabilidad y su razón social será: “Confitería la lojanita Cía. Ltda.”.

- **Objeto:** El objeto principal de la compañía será la producción y comercialización de maní confitado de piña.
- **Domicilio:** La empresa estará ubicada en la ciudad de Loja, parroquia Sucre, en la avenida Manuel Carrión Pinzano.
- **Nacionalidad:** La compañía será de nacionalidad ecuatoriana, por tanto, está sujeta a las leyes vigentes en el Ecuador y a los estatutos que se elaboren.
- **Duración:** El plazo de duración de esta empresa es de cinco años a partir de la fecha de su inscripción en el registro mercantil.
- **Capital:** La empresa estará conformada por tres socios, los cuales, en base a la necesidad de inversión del proyecto, establecerán el monto individual de sus aportaciones, y con ello el capital social
- **Acta constitutiva de la empresa “Confitería la lojanita Cía. Ltda.”**

En la ciudad de Loja a los diez días del mes de febrero del año 2022, por propia iniciativa y con el asesoramiento del Dr. Carlos Efrén Vivanco López, asisten los señores: Leidy Nathaly Ochoa Salazar, mayor de edad, con cédula de ciudadanía 1150185054 y de estado civil soltero; Carla del Pilar Salazar Chamba, mayor de edad, con cédula de ciudadanía 1103006837 y de estado civil casado; Jonathan Alexander Rodríguez Armijos, mayor de edad, con cédula de ciudadanía 1150231202 y de estado civil soltero, quienes libre y voluntariamente y con todos sus derechos han decidido formar parte de la empresa “Confitería la lojanita” Cía. Ltda., con fines de lucro, la que tendrá por objeto la producción y comercialización de maní confitado de piña en la ciudad de Loja, provincia Loja.

- **Minuta de Constitución de la Empresa “Confitería la lojanita cía. Ltda.”**

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, dígnese insertar una minuta de constitución de la empresa de responsabilidad limitada, de acuerdo a las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- COMPARECIENTES: Comparecen a otorgar esta escritura las siguientes personas: Leidy Nathaly Ochoa Salazar, mayor de edad, con cédula de ciudadanía 1150185054 y de estado civil soltero; Carla del Pilar Salazar Chamba, mayor de edad, con cédula de ciudadanía 1103006837 y de estado civil soltero; Jonathan Alexander Rodríguez Armijos, mayor de edad, con cédula de ciudadanía 1150231202 y de estado civil soltero, todos ellos de nacionalidad ecuatoriana, domiciliados en el Cantón Loja, legalmente capaces, sin prohibición para establecer esta compañía.

SEGUNDA. - DECLARACIÓN DE VOLUNTAD: Los comparecientes convienen en constituir una empresa dedicada a la producción y comercialización de maní confitado de piña, con responsabilidad limitada, que se regirá por las disposiciones de la Ley de Compañías, el código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil.

TERCERA. - ESTATUTO DE LA EMPRESA

CAPÍTULO PRIMERO

DENOMINACIÓN, DOMICILIO, OBJETO SOCIAL Y PLAZO DE DURACIÓN

Art. 1.- Denominación. - La Compañía que se constituye mediante este contrato se denominará: “Confitería la lojanita cía. Ltda.”

Art. 2.- Domicilio. - El domicilio principal de la compañía es en el cantón Loja, parroquia Sucre, en la avenida Manuel Carrión Pinzano.

Art. 3.- Objeto social. - La compañía tiene como objeto principal la producción y comercialización de maní confitado de piña.

Art. 4.- Plazo de duración. - El plazo de duración de la compañía es de cinco años contados a partir de la fecha de su inscripción en el Registro Mercantil del Cantón Loja. Pero podrá disolverse en cualquier tiempo o prolongar su paso si así lo resolviere la Junta General de Socios en la forma prevista en la ley y en este estatuto.

CAPÍTULO SEGUNDO

CAPITAL SOCIAL, PLAZO PARA LA INTEGRACIÓN Y AUMENTO

Art. 5.- Capital. - El capital social de la compañía es de CINCUENTA MIL SETENTA Y OCHO COMA SETENTA Y OCHO DÓLARES AMERICANOS (\$ 50.078,78), el cual será aportado por los socios en partes iguales.

Art. 6.- Plazo para la integración del capital. - Los socios pagarán en efectivo el 50% no pagado de las aportaciones que cada uno de ellos ha hecho, en el plazo máximo de un año

Art. 7.- Aumento de Capital. - El capital de la empresa podrá ser aumentado en cualquier momento, por resolución de su propietario, ya sea por su propio capital, como por la venta de acciones.

CAPÍTULO TERCERO

DE LA ADMINISTRACIÓN, SESIONES, CONVOCATORIA, CONCURRENCIA, DEL GERENTE Y ATRIBUCIONES

Art. 8.- Administración. - La Administración de la compañía le corresponde al Gerente, quien se encargará de representar legalmente a la empresa durante dos años.

Art.9.- Sesiones. - Las sesiones serán ordinarias o extraordinarias, y en uno u otro caso se reunirán en el domicilio principal de la compañía previa convocatoria hecha en forma legal.

Art.10.- Convocatoria. - La convocatoria a sesión la hará el gerente de la empresa mediante comunicación escrita a cada uno de los miembros, con cuarenta y ocho horas de anticipación, por lo menos a la fecha de sesión.

Art.11.- Concurrencia. - Los socios podrán asistir a las reuniones personalmente o por apoderado, que, en caso de no serlo por escritura pública, requerirá el poder escrito que tendrá carácter especial para cada sesión.

Art.12.- Del Gerente. - El Gerente será elegido por la Junta General de Accionistas para un periodo de cuatro años. Será la máxima autoridad ejecutiva de la compañía con representación legal, judicial y extrajudicial.

Art.13.- Atribuciones del Gerente. - Son atribuciones del gerente de la empresa:

a) Convocar e intervenir como Secretario en las sesiones de la Junta General y suscribir con el Presidente las actas correspondientes; b) Suscribir los certificados de aportaciones a cada ejercicio económico; c) Administrar y representar legalmente a la compañía y obligarla en toda clase de actos y contratos del giro ordinario de la compañía, necesitando autorización de la Junta General para vender o gravar los inmuebles de ella; d) Las demás establecidas en la Ley de Compañías. A falta de Gerente, éste será subrogado por el Presidente con todas sus atribuciones hasta que la Junta General resuelva lo conveniente

CAPÍTULO CUARTO

DE LA DISOLUCIÓN, LIQUIDACIÓN Y DISPOSICIONES GENERALES

Art. 14.- Disolución y liquidación. - La disolución de y liquidación de la empresa se regirá por las disposiciones de la Ley de Compañías.

Art. 15.- Disposición General. - En todo lo no previsto en este estatuto se estará a las disposiciones de la Ley de Compañías y sus Reglamentos, así como a los reglamentos de la empresa y a lo que resuelva el directorio.

CAPÍTULO QUINTO

INTEGRACIÓN Y PAGO DE CAPITAL

El aporte de los socios ha sido suscrito y pagado en dinero efectivo de legal circulación y depositado en una entidad bancaria a nombre de la compañía que hoy se constituye, a la cuenta integración de capital.

Los socios fundadores de la compañía, por acuerdo, nombran a la señorita LEIDY NATHALY OCHOA SALAZAR, gerente de la compañía “Confitería la lojanita cía. Ltda.” PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MANÍ CONFITADO DE PIÑA, para el periodo determinado en este estatuto y la autorizan para que realice los trámites y gestiones necesarias, encaminadas a la legalización y aprobación de la escritura de formación de la compañía, su inscripción en el Registro Mercantil y todos los trámites de rigor para que pueda operar la compañía.

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

Dado y firmado en la ciudad de Loja, a los 10 días del mes de febrero de 2022.

.....

Srta. Leidy Nathaly Ochoa Salazar
C.I. 1150185054

.....

Dra. Carla del Pilar Salazar Chamba
C.I.1103006837

.....

Sr. Jonathan Alexander Rodríguez Armijos
C.I. 1156231202

7.6.2. Organización Administrativa

La organización administrativa es una estructura que asigna las funciones y responsabilidades que tiene que cumplir cada miembro dentro de la empresa para alcanzar los objetivos propuestos.

7.6.2.1. Niveles jerárquicos

Los niveles jerárquicos ayudan a delimitar el grado de autoridad y responsabilidad de cada una de las unidades internas. La empresa se organizará contando con todos los niveles jerárquicos que determina la administración científica:

- **Nivel Legislativo:** Representa el primer nivel de autoridad de la empresa lo constituye la Junta General de Socios, quienes serán el máximo organismo de control de la empresa.
- **Nivel Ejecutivo:** Es el segundo nivel de autoridad y lo constituye el gerente, será el responsable del manejo de la organización, su función consistirá en hacer cumplir las políticas, normas, reglamentos, leyes y procedimientos que disponga el nivel directivo.
- **Nivel Asesor:** La empresa tendrá un Asesor Jurídico, en el área legal, quien asesorará, aconsejará, informará y prepara proyectos en materia jurídica.
- **Nivel Auxiliar:** Este nivel lo integra la secretaria-contadora, la cual servirá de apoyo a los demás niveles administrativos, en la prestación de servicios, en forma oportuna y eficiente.
- **Nivel Operativo:** Está integrado por el departamento de producción y ventas, quienes serán los responsables directos de ejecutar las actividades básicas de la empresa.

Tabla 83

Cuadro orgánico de cargos de la empresa "Confitería la lojanita"

CUADRO ORGÁNICO DE CARGOS

N°	Nómina del Cargo	Nivel Jerárquico
1	Junta General de Socios	Legislativo
2	Gerente	Ejecutivo
3	Abogado	Asesor
4	Secretaria-Contadora	Auxiliar
5	Jefe de Ventas	Operativo

6	Vendedor-Chofer	Operativo
7	Jefe de producción	Operativo
8	Operario 1	Operativo
9	Operario 2	Operativo
10	Jefe Financiero	Operativo

Nota. Organización de Cargos de la empresa.

7.6.2.2. Organigramas

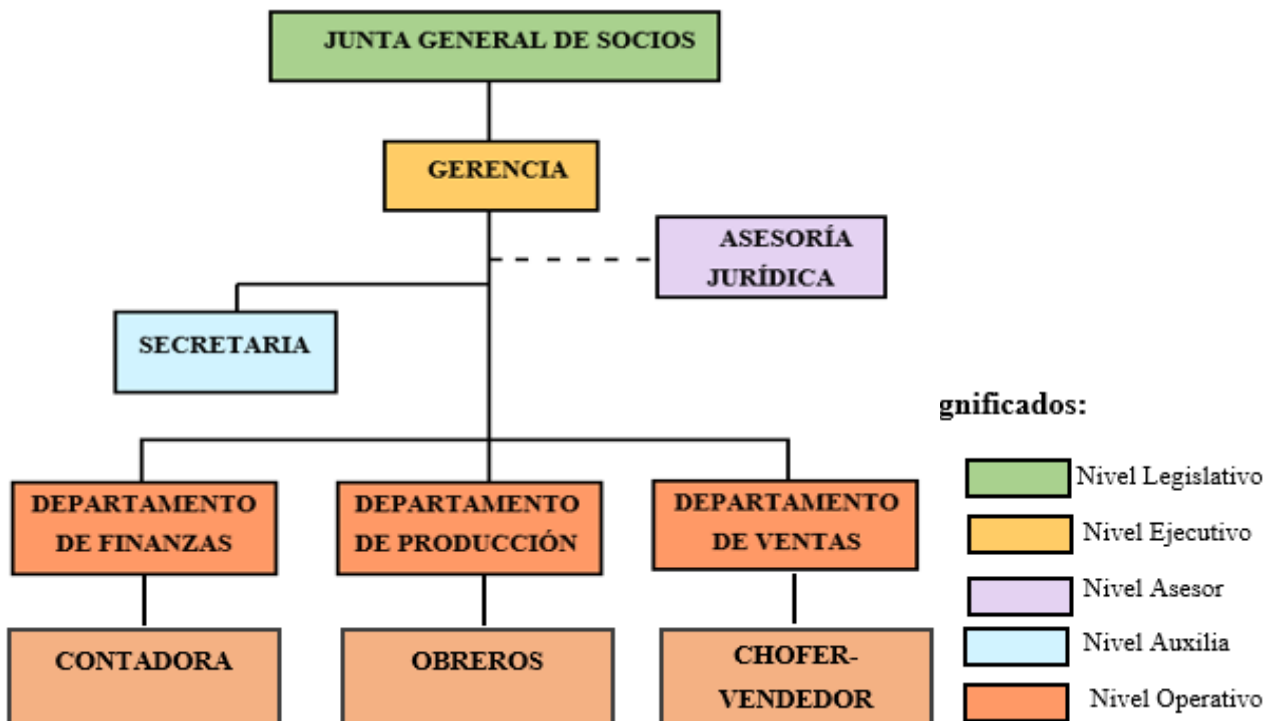
La empresa “Confitería la lojanita” contará con un organigrama estructural, funcional y de posición en donde se describirán los niveles jerárquicos de cada uno de los miembros de la organización.

7.6.2.2.1. Organigrama Estructural

Consiste en la representación gráfica de la estructura administrativa de la empresa “Confitería la lojanita”, refleja la división de las funciones, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad, los canales de comunicación y la naturaleza lineal de cada departamento.

Figura 33

Organigrama Estructural de la empresa “Confitería la lojanita Cía. Ltda.”



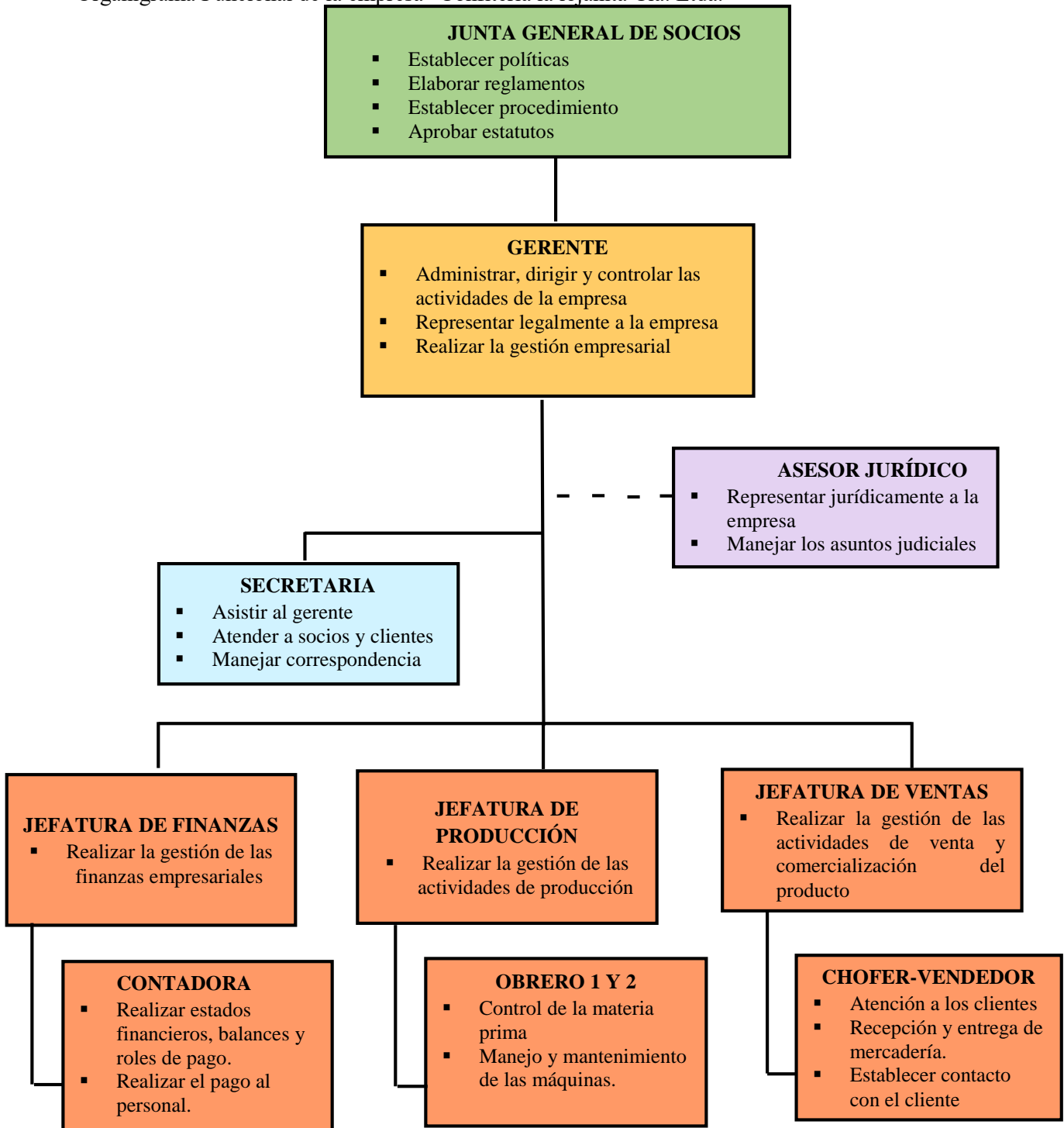
Nota. Organigrama Estructural de la empresa

7.6.2.2.2. Organigrama Funcional

Se representa gráficamente las funciones que deben desempeñar cada uno de los departamentos o unidades administrativas de la empresa “Confitería la lojanita”.

Figura 34

Organigrama Funcional de la empresa “Confitería la lojanita Cía. Ltda.”



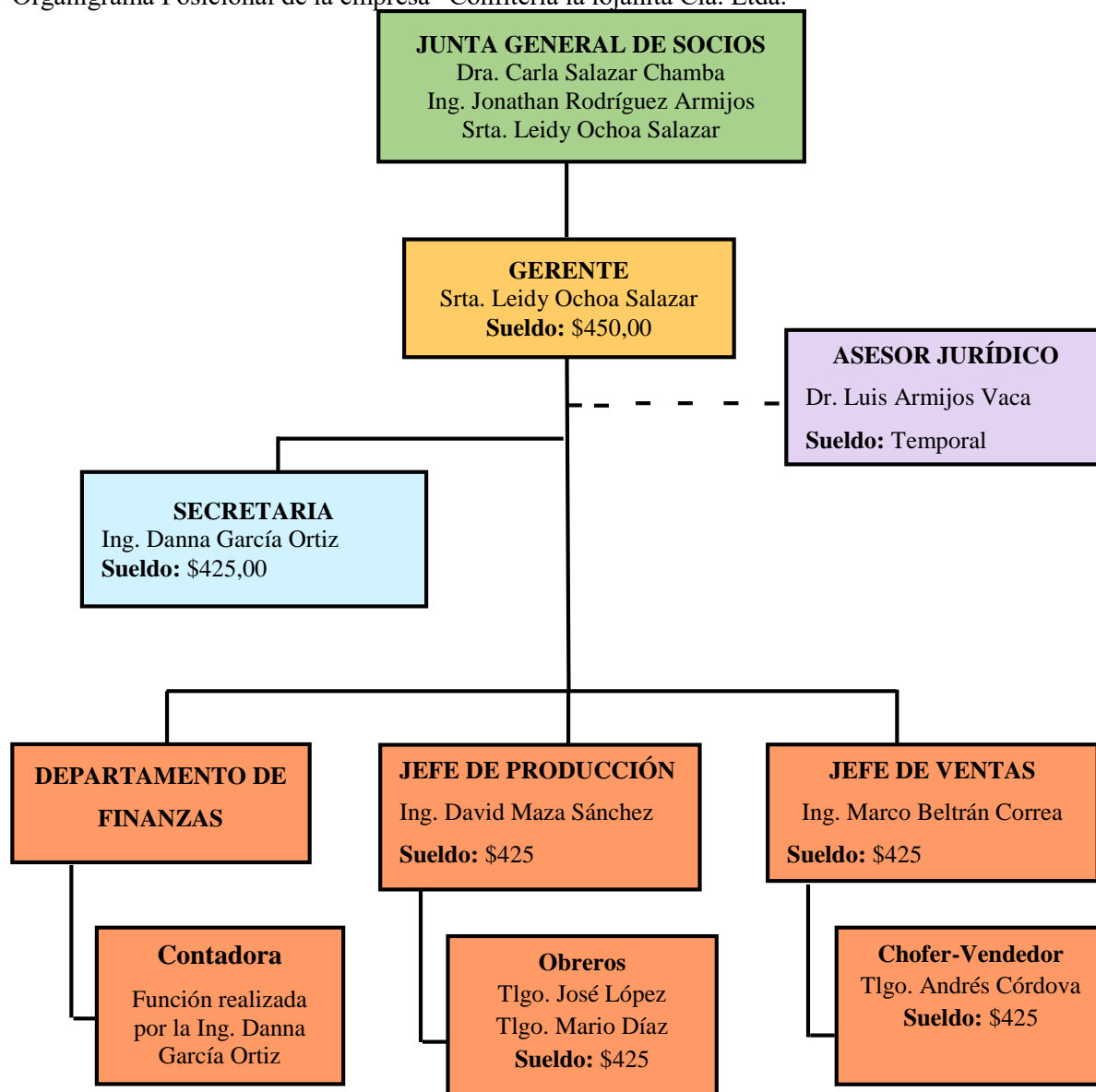
Nota. Organigrama Funcional de la empresa.

7.6.2.2.3. Organigrama Posicional

En este organigrama se detallan aspectos como: distribución, cargo, denominación y el sueldo que perciben los trabajadores de la empresa “Confitería la lojanita”.

Figura 35

Organigrama Posicional de la empresa “Confitería la lojanita Cía. Ltda.”



Nota. Organigrama Posicional de la empresa.

7.6.3. Filosofía Empresarial

La filosofía empresarial define las prácticas, comportamientos y modos de trabajo que utilizará la empresa “Confitería la lojanita” para alcanzar sus objetivos propuestos.

A continuación, se describen los elementos de la parte interna de la empresa:

7.6.3.1. Misión

La empresa tiene como misión la producción y comercialización de maní confitado de piña en la ciudad de Loja, ofreciendo a la ciudadanía un producto nuevo, de calidad, variado y nutritivo.

7.6.3.2. Visión

Para el 2026, la empresa “Confitería la lojanita” pretende ser líder en la comercialización de maní confitado de diferentes sabores, siendo una empresa competitiva y eficiente a nivel nacional.

7.6.3.3. Valores

La empresa “Confitería la lojanita” sustenta su accionar en los siguientes valores:

- **Responsabilidad:** Cumplir con las obligaciones y tareas, mediante la superación y compromiso.
- **Honestidad:** Comportarse y expresarse con coherencia y sinceridad, de manera que mejore el desempeño del grupo.
- **Compromiso:** Colaborar con el logro de los objetivos y metas de la empresa.
- **Confianza:** Creer absolutamente en los valores y principios morales de los operarios.
- **Perseverancia:** Cumplimiento continuo del principio de mejoramiento.
- **Equidad:** Tener en cuenta el aporte individual del personal productivo y administrativo, con una remuneración equitativa dando satisfacción al personal y a la empresa.

7.6.3.4. Políticas

Confitería la lojanita adopta los siguientes compromisos que conforman su política integrada de calidad y medio ambiente:

- El horario laboral para todos los trabajadores será de 8 horas desde las 08H00 a.m. hasta las 17:H00 p.m., con una hora de receso.
- Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes en sus llamadas, solicitudes y reclamos.
- Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
- Los operarios deberán portar el uniforme durante el horario de trabajo.

- Los operarios deberán asistir a un curso de capacitación al momento de ser contratados.
- Evitar los alimentos en horarios laborales.
- Se prohíbe el uso del teléfono con fines de entretenimiento en horarios de trabajo.
- Promover iniciativas de diálogo, promoción de la justicia, igualdad de oportunidades y actuación ética basada en el respeto por el individuo y sus derechos y no discriminación.

7.6.4. Manual de Funciones

Constituye toda la información respecto a las tareas que deben cumplir cada persona en su puesto de trabajo y unidad administrativa, con el fin de obtener una mejor selección de personal para los diferentes cargos y sus respectivas funciones.

Las partes que integran los manuales de funciones son las siguientes:

- Código
- Título del cargo
- Naturaleza del puesto
- Funciones
- Características
- Requisitos


Los manuales de funciones que se presentan a continuación, rigen la vida operativa de la empresa “Confitería la lojanita” y son de estricto cumplimiento del personal. En ellos se incluye la guía para los siguientes puestos de trabajo:

Tabla 84
Clasificación de puestos de la empresa “Confitería la lojanita”

PUESTO	CÓDIGO
Gerente	A001
Asesor Jurídico	A002
Secretaria-Contadora	A003
Jefe de producción	A004
Jefe de ventas	A005
Obreros	A006
Chofer-Vendedor	A007


Nota. Clasificación de puestos de la empresa.

Tabla 85*Manual de Funciones del Gerente de la empresa “Confitería la lojanita Cía. Ltda.”*

EMPRESA “CONFITERÍA LA LOJANITA CÍA. LTDA.”		
MANUAL DE FUNCIONES	CÓDIGO: A001	
TÍTULO DEL CARGO: Gerente		
JEFE INMEDIATO: Junta General de Socios		
NIVEL: Ejecutivo		SUBORDINADOS: Todo el personal
NATURALEZA DEL PUESTO: Planificar, organizar, dirigir y coordinar el funcionamiento y desarrollo de la empresa, en concordancia con los objetivos, políticas y metas establecidas por la Junta General de Socios.		
FUNCIONES PRINCIPALES		
<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con las disposiciones dadas de la junta general de socios. • Representar a la empresa en todo el ámbito interno y externo. • Realizar órdenes de producción y controlar el proceso productivo. • Mantener los niveles de rendimiento, producción y comercialización optimizando los recursos de la empresa y maximizando la rentabilidad. • Organizar, planear, supervisar coordinar y controlar las distintas áreas de trabajo en la empresa. • Supervisar la gestión del presupuesto de naturaleza económica. • Proyectar, obtener y utilizar fondos para financiar las operaciones de la organización y maximizar el valor de la misma. • Aprobar los planes de trabajo de las áreas de la empresa 		
CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO		
Responsabilidad administrativa, económica y técnica en la ejecución de las actividades de la empresa, además es el encargado de tomar decisiones dentro de la organización.		
REQUISITOS		
CONOCIMIENTOS	Administración de empresas	
TÍTULO PROFESIONAL	Ingeniero (a) en Administración de Empresas o carreras afines	
EXPERIENCIA	2 años de haber desempeñado actividades similares. Entre 26 a 50 años	
INICIATIVA Y PERSONALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Emprendedor (a) y Colaborador (a) • Buenas relaciones laborales 	
RIESGOS	Estrés laboral	
Elaborado por: Leidy Ochoa	Fecha de elaboración: Febrero del 2022	Aprobado por: Gerente General

Nota. Manual de funciones del Gerente de la empresa.

Tabla 86*Manual de Funciones del Asesor Jurídico de la empresa “Confitería la lojanita Cía. Ltda.”*

EMPRESA “CONFITERÍA LA LOJANITA CÍA. LTDA.”		
MANUAL DE FUNCIONES	CÓDIGO: A002	
TÍTULO DEL CARGO: Asesor Jurídico		
JEFE INMEDIATO: Gerente		
NIVEL: Asesor	SUBORDINADOS: No tiene	
NATURALEZA DEL PUESTO: Se encarga en brindar la información jurídica a la empresa para la resolución de asuntos que tiene que ver con la aplicación de las leyes, normativas, y reglamentos en cualquier materia relacionada con el funcionamiento legal de la empresa.		
FUNCIONES PRINCIPALES		
<ul style="list-style-type: none"> • Representar junto con el gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa. • Asesorar los procedimientos referentes a contratación del personal, salarios, permiso de funcionamiento entre otros. • Elaborar y mantener un archivo de contratos, convenios y reglamentos. • Presentar proyectos de reformas legales de la empresa. • Participar en sesiones de la Junta General de Socios. • Actuar como Abogado defensor legal de la empresa. 		
CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO		
Trabajar eventualmente ante algún problema legal que se le presente a la empresa.		
REQUISITOS		
CONOCIMIENTOS	Derecho Administrativo, Derecho Civil, Derecho Laboral, Derecho Tributario y Derecho Societario.	
TÍTULO PROFESIONAL	Abogado (a)	
EXPERIENCIA	2 años de haber desempeñado cargos similares. Entre 26 a 50 años	
INICIATIVA Y PERSONALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad verbal • Buenas relaciones laborales 	
RIESGOS	Estrés laboral	
Elaborado por: Leidy Ochoa	Fecha de elaboración: Febrero del 2022	Aprobado por: Gerente General

Nota. Manual de funciones del Asesor Jurídico de la empresa.

Tabla 87

Manual de Funciones de la Secretaria-Contadora de la empresa "Confitería la lojanita Cía. Ltda."

EMPRESA "CONFITERÍA LA LOJANITA CÍA. LTDA."		
MANUAL DE FUNCIONES	CÓDIGO: A003	
TÍTULO DEL CARGO: Secretaria-Contadora		
JEFE INMEDIATO: Gerente		
Nivel: Auxiliar	SUBORDINADOS: No tiene	
NATURALEZA DEL PUESTO: Asistencia directa en el área administrativa y gran responsabilidad en la ejecución de sus funciones, ejecutar operaciones contables y realizar el análisis financiero.		
FUNCIONES PRINCIPALES		
<ul style="list-style-type: none"> • Archivar documentos y mantener en orden la oficina. • Atender al público que solicite información y agendar las entrevistas con el gerente. • Manejar caja y comprobación de cobros. • Ordenar y clasificar comprobantes contables y elaborar el rol de pagos. • Llevar mensualmente los libros contables, mediante el registro de facturas emitidas y recibidas a fin de realizar la declaración al SRI. • Ayudar a la preparación de presupuestos. 		
CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO		
Responsabilidad técnica en el manejo de la información confidencial de la empresa.		
REQUISITOS		
CONOCIMIENTOS	Actividades de secretaría y contabilidad	
TÍTULO PROFESIONAL	Ingeniero (a) en contabilidad o carreras afines	
EXPERIENCIA	1 año de haber desempeñado cargos similares. Entre 26 a 40 años	
INICIATIVA Y PERSONALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Buenas relaciones laborales • Buena presencia • Atención al cliente 	
RIESGOS	Estrés laboral	
Elaborado por: Leidy Ochoa	Fecha de elaboración: Febrero del 2022	Aprobado por: Gerente General

Nota. Manual de funciones de la Secretaria-Contadora de la empresa.

Tabla 88

Manual de Funciones del Jefe de Producción de la empresa “Confitería la lojanita Cía. Ltda.”

EMPRESA “CONFITERÍA LA LOJANITA CÍA. LTDA.”		
MANUAL DE FUNCIONES	CÓDIGO: A004	
TÍTULO DEL CARGO: Jefe de Producción		
JEFE INMEDIATO: Gerente		
NIVEL: Operativo	SUBORDINADOS: Operarios	
NATURALEZA DEL PUESTO: Planificar, organizar, dirigir y controlar el funcionamiento del departamento de producción.		
FUNCIONES PRINCIPALES		
<ul style="list-style-type: none"> • Supervisar y receiptar los implementos necesarios para la empresa. • Realizar un adecuado control de calidad del producto. • Controlar inventarios de materia prima del departamento de producción. • Controlar al personal del departamento de producción. • Mantener informados a todos los superiores. 		
CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO		
Mantener los niveles de producción con calidad, con el fin de evitar demoras en el cumplimiento de sus actividades.		
REQUISITOS		
CONOCIMIENTOS	Activadas de secretaria y contabilidad	
TÍTULO PROFESIONAL	Ingeniero (a) en alimentos o carreras afines	
EXPERIENCIA	2 años de haber desempeñado cargos similares. Entre 26 a 50 años	
INICIATIVA Y PERSONALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Responsabilidad e ingenio • Buenas relaciones laborales 	
RIESGOS	Estrés laboral	
Elaborado por: Leidy Ochoa	Fecha de elaboración: Febrero del 2022	Aprobado por: Gerente General

Nota. Manual de funciones del Jefe de Producción de la empresa.

Tabla 89


Manual de Funciones del Jefe de Ventas de la empresa “Confitería la lojanita Cía. Ltda.”

EMPRESA “CONFITERÍA LA LOJANITA CÍA. LTDA.”		
MANUAL DE FUNCIONES	CÓDIGO: A005	
TÍTULO DEL CARGO: Jefe de Ventas		
JEFE INMEDIATO: Gerente		
NIVEL: Operativo		SUBORDINADOS: Chofer-vendedor
NATURALEZA DEL PUESTO: Crear e implementar herramientas y estrategias de comercialización que permitan la introducción y posicionamiento del producto.		
FUNCIONES PRINCIPALES		
<ul style="list-style-type: none"> • Establece contacto previo con el cliente, prepara las rutas y las visitas. • Determinar el número y la estructura de la fuerza de ventas de la empresa. • Establecer metas y objetivos para el departamento. • Reclutamiento, selección y capacitación de los vendedores • Realizar investigaciones constantes acerca del mercado y sus precios. • Vender los productos que ofrece empresa. • Asesorar a los clientes y sus necesidades. • Generar y cultivar buenas relaciones con los clientes. 		
CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO		
Consolidar la imagen corporativa de la empresa, mejorar continuamente el desempeño en las ventas y comercialización.		
REQUISITOS		
CONOCIMIENTOS	Activadas de venta y mercadotécnica	
TÍTULO PROFESIONAL	Ingeniero (a) comercial o carreras afines	
EXPERIENCIA	2 años de haber desempeñado cargos similares. Entre 26 a 50 años	
INICIATIVA Y PERSONALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Buenas relaciones laborales • Responsabilidad e ingenio 	
RIESGOS	Estrés laboral	
Elaborado por: Leidy Ochoa	Fecha de elaboración: Febrero del 2022	Aprobado por: Gerente General

Nota. Manual de funciones del Jefe de Ventas de la empresa.

Tabla 90

Manual de Funciones de los Obreros de la empresa “Confitería la lojanita Cía. Ltda.”

EMPRESA “CONFITERÍA LA LOJANITA CÍA. LTDA.”		
MANUAL DE FUNCIONES	CÓDIGO: A006	
TÍTULO DEL CARGO: Obrero		
JEFE INMEDIATO: Jefe de Producción		
NIVEL: Operativo	SUBORDINADOS: No tiene	
NATURALEZA DEL PUESTO: Encargarse de los diferentes procesos para llevar a cabo la producción.		
FUNCIONES PRINCIPALES		
<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con los horarios asignados • Manipulación de alimentos • Cumplir los requerimientos para la producción de materia prima. • Operar eficientemente las maquinarias, equipos y herramientas. • Cumplimiento de las normas de la calidad en la producción. • Informar al gerente cualquier falla y anomalía en las maquinarias, equipos y herramientas detectado durante el desarrollo de la producción. 		
CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO		
Desarrollar estrategias que permitan mejorar el rendimiento de las máquinas en los procesos productivos de la planta.		
REQUISITOS		
CONOCIMIENTOS	Actividades de producción	
TÍTULO PROFESIONAL	Técnico en manejo de maquinaria y manipulación de alimentos	
EXPERIENCIA	2 años de haber desempeñado cargos similares. Entre 26 a 40 años	
INICIATIVA Y PERSONALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Colaborador • Buenas relaciones laborales • Responsabilidad e ingenio 	
RIESGOS	Accidentes de trabajo como quemaduras, cortaduras, lesiones causadas por objetos	
Elaborado por: Leidy Ochoa	Fecha de elaboración: Febrero del 2022	Aprobado por: Gerente General

Nota. Manual de funciones de los Obreros de la empresa.

Tabla 91

Manual de Funciones del chofer-vendedor de la empresa “Confitería la lojanita Cía. Ltda.”

EMPRESA “CONFITERÍA LA LOJANITA CÍA. LTDA.”		
MANUAL DE FUNCIONES	CÓDIGO: A007	
TÍTULO DEL CARGO: Chofer-Vendedor		
JEFE INMEDIATO: Gerente		
NIVEL: Operativo		SUBORDINADOS: No tiene
NATURALEZA DEL PUESTO: Encargado de recolectar la materia prima y entregar el producto final.		
FUNCIONES PRINCIPALES		
<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con los cupos de ventas. • Informar al inmediato superior de cualquier inconveniente en las ventas. • Crear nuevas rutas de ventas. • Entrega del producto terminado. • Realizar preventa. • Visita a los clientes. • Generar y cultivar buenas relaciones con los clientes 		
CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO		
Desarrollar estrategias que permitan mejorar el rendimiento de las máquinas en los procesos productivos de la planta.		
REQUISITOS		
CONOCIMIENTOS	Actividades de producción	
TÍTULO PROFESIONAL	Técnico en manejo de maquinaria y manipulación de alimentos	
EXPERIENCIA	2 años de haber desempeñado cargos similares. Entre 26 a 40 años	
INICIATIVA Y PERSONALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Colaborador • Buenas relaciones laborales • Responsabilidad e ingenio 	
RIESGOS	Accidentes de trabajo como, quemaduras, cortaduras, lesiones causadas por objetos	
Elaborado por: Leidy Ochoa	Fecha de elaboración: Febrero del 2022	Aprobado por: Gerente General

Nota. Manual de funciones del Chofer-Vendedor de la empresa.

7.7. Estudio Financiero

La finalidad del estudio financiero es determinar el monto total de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, esto se hace en función de los recursos humanos, materiales y tecnológicos, también se determina el costo total de la operación de la planta, así como otra serie de indicadores que servirán para la parte final y definitiva del proyecto que es la evaluación financiera.

7.7.1. Inversiones

En esta parte del proyecto se detallan ordenadamente los rubros que la empresa Confitería la lojanita requiere para su perfecta operatividad, para ello, se necesita realizar una inversión en activos fijos, activos diferidos y activo circulante o capital de trabajo.

7.7.1.1. Inversión en activos fijos

Los activos fijos comprenden todos los bienes tangibles que son utilizados para el proceso productivo y las actividades operativas de la empresa. Todos estos activos tienen un tiempo de vida útil y se desgastan con el tiempo, por lo cual, se realizará la depreciación correspondiente a cada uno de ellos.

7.7.1.1.1. Maquinaria y equipo

Para una producción eficiente y eficaz, es necesario contar con la maquinaria y equipo apropiado. A continuación, se realiza la descripción de las máquinas y equipos que serán necesarios para la elaboración del maní confitado de piña.

Tabla 92
Maquinaria y Equipo

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario USD	Valor Total USD
Maquina Grageadora	Unidad	1	3.500,00	3.500,00
Etiquetadora y selladora	Unidad	1	2.500,00	2.500,00
Envasadora Automática	Unidad	1	2.000,00	2.000,00
Balanza digital	Unidad	1	1.000,00	1.000,00
Total				9.000,00

Nota. Maquinaria y Equipo. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador. (<https://Mercadolibre.com>)

7.7.1.1.2. Muebles y enseres producción

Comprende todos los bienes muebles necesarios para el proceso productivo del maní confitado de piña.

Tabla 93*Muebles y enseres producción*

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario USD	Valor Total USD
Mesa de trabajo de acero inoxidable	Unidad	2	180,00	360,00
Sillas metálicas	Unidad	2	40,00	80,00
Vitrina para confitería	Unidad	2	350,00	700,00
Total				1.140,00

Nota. Muebles y enseres producción. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador. (<https://Mercadolibre.com>)

7.7.1.1.3. Muebles y enseres Administración

Comprende todos los bienes muebles necesarios para la adecuación de las oficinas del área administrativa.

Tabla 94*Muebles y Enseres Administración*

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario USD	Valor Total USD
Sillón ejecutivo	Unidad	2	170,00	340,00
Escritorio ejecutivo	Unidad	2	200,00	400,00
Estante archivador	Unidad	2	180,00	360,00
Silla de oficina metálicas	Unidad	4	70,00	280,00
Mesa de reuniones	Unidad	1	500,00	500,00
Total			1.120,00	1.880,00

Nota. Muebles y Enseres Administración. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador. (<https://Mercadolibre.com>)

7.7.1.1.4. Muebles y enseres Ventas

Comprende todos los bienes muebles necesarios para la adecuación del área de ventas.

Tabla 95*Muebles y Enseres Ventas*

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario USD	Valor Total USD
Stand demostrativo para el producto	Unidad	1	300,00	300,00
Escritorio	Unidad	1	180,00	180,00
Silla Giratoria	Unidad	1	150,00	150,00
Silla de oficina metálica	Unidad	1	70,00	70,00
Total				700,00

Nota. Muebles y Enseres Ventas. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador. (<https://Mercadolibre.com>)

7.7.1.1.5. Equipo de Oficina

Son aquellos implementos de fácil manejo, que hacen posible la realización de las actividades en el área administrativa.

Tabla 96
Equipo de Oficina

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario USD	Valor Total USD
Sumadora	Unidad	2	100,00	200,00
Teléfono inalámbrico	Unidad	2	150,00	300,00
Total				500,00

Nota. Equipo de Oficina. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador. (<https://Mercadolibre.com>)

7.7.1.1.6. Línea telefónica

Sistema de telecomunicaciones que la empresa instalará para establecer comunicación con trabajadores, proveedores y clientes. Por consiguiente, se procederá a adquirir el servicio de telefonía de la empresa de Xtrim, la misma que no está sujeta a depreciación.

Tabla 97
Línea telefónica

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario USD	Valor Total USD
Línea telefónica	Unid	1	70,00	70,00
Total				70,00

Nota. Línea telefónica. Adaptada de la página oficial de Xtrim. (<https://www.xtrim.com.ec/>)

7.7.1.1.7. Equipo de Cómputo

Son equipos tecnológicos que se utilizarán en la realización de las actividades del área administrativa de la empresa.

Tabla 98
Equipo de Cómputo

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario USD	Valor Total USD
Computador de escritorio	Unidad	2	800,00	1.600,00
Copiadora/impresora	Unidad	2	450,00	900,00
Total				2.500,00

Nota. Equipo de Cómputo. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador. (<https://Mercadolibre.com>)

7.7.1.1.8. Equipo de seguridad

Se refiere al proceso de control y vigilancia que se realizará constantemente en la empresa.

Tabla 99
Equipo de seguridad

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario USD	Valor Total USD
Monitoreo y vigilancia	Unidad	1	300,00	300,00
Total				300,00

Nota. Equipo de seguridad. Adaptada de la página oficial Mercado libre Ecuador. (<https://Mercadolibre.com>)

7.7.1.1.9. Vehículo

Comprende el medio de transporte que permitirá realizar el traslado de la materia prima o el producto terminado para su comercialización.

Tabla 100
Vehículo

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario USD	Valor Total USD
Auto Chevrolet alto-de segunda	Unidad	1	5.000,00	20.000,00
Total				20.000,00

Nota. Vehículo. Adaptada de la página oficial Mirasol Chevrolet Ecuador. (<https://www.mirasolchevrolet.com>)

7.7.1.1.10. Resumen de activos fijos

En la tabla 87 se detalla el resumen de la inversión de activos fijos, donde se visualiza que la empresa “Confitería la lojanita Cía. Ltda.” requiere una inversión en activos fijos de \$ 36.090,00 para iniciar sus actividades productivas, administrativas y de venta.

Tabla 101
Resumen de las inversiones de los activos fijos

Descripción	Valor
Maquinaria y Equipo	9.000,00
Muebles y Enseres Producción	1.140,00
Muebles y Enseres Administración	1.880,00
Muebles y Enseres Ventas	700,00
Equipo de Oficina	500,00
Equipo de Cómputo	2.500,00
Equipo de Seguridad	300,00
Línea telefónica	70,00
Vehículo	5.000,00

Total Activos Fijos	21.090,00
----------------------------	------------------

Nota. Resumen de inversión de activos fijos de la empresa.

7.7.1.2. Inversión en Activos Diferidos

Son activos intangibles que la empresa “Confitería la lojanita Cía. Ltda.” pagará por anticipado y que están referidos al conjunto de bienes de su propiedad, necesarios para su adecuado funcionamiento. Desde la fase de implementación hasta la fase de operación la organización debe reunir todos los aspectos de ley exigibles para poder operar sin restricción alguna, los cuales se describen a continuación.

- **Estudios preliminares:** Egreso que se realiza por los estudios realizados para determinar la factibilidad del proyecto.
- **Permisos de funcionamiento:** Son los documentos otorgados por las autoridades competentes indicando que el establecimiento cumple con todos los requisitos establecidos en los reglamentos correspondientes, para su funcionamiento.
- **Permisos de bomberos:** Es un valor que se paga al cuerpo de bomberos local donde emiten un permiso de funcionamiento de la empresa.
- **Patente municipal:** Es aquel pago que se realiza por documentos que brindan al dueño o socios de la empresa un derecho único para la producción y comercialización del producto.
- **Registro sanitario:** Es el documento expedido por la autoridad sanitaria correspondiente, mediante el cual se autoriza a una persona natural o jurídica para fabricar, envasar e importar un alimento con destino al consumo humano.
- **Constitución de la compañía:** Gastos necesarios para la operación legal de la empresa.
- **Asesoría jurídica:** Consiste en el pago a un abogado, para que supervise, brinde información y oriente de manera legal a la empresa.
- **Adecuaciones de la planta:** Se refiere a la modificación e implementación de la infraestructura necesaria para las actividades de la empresa.

En la tabla 88 se detalla la inversión total de activos diferidos de la empresa “Confitería la lojanita Cía. Ltda.”, los mismo que ascienden a \$5.160,00

Tabla 102
Inversión en Activos Diferidos

Descripción	Cantidad	Valor unitario USD	Valor Total USD
Estudios preliminares	1	800,00	800,00
Permisos de funcionamiento	1	300,00	300,00

Permisos de bomberos	1	10,00	10,00
Patente municipal	1	150,00	150,00
Registro sanitario	1	300,00	300,00
Constitución de la compañía	1	1.000,00	1.000,00
Asesoría jurídica	4	150,00	600,00
Adecuaciones de la planta	1	2.000,00	2.000,00
Total Activos Diferidos		4.710,00	5.160,00

Nota. Inversión de Activos Diferidos de la empresa.

7.7.1.3. Inversión de Activo circulante o Capital de trabajo

Se conocen también como las necesidades de capital de trabajo que requiere la empresa para comenzar su operación. Para calcular el capital de trabajo al iniciar las operaciones se estiman los gastos para un mes de producción de maní confitado de piña, los que a continuación se detallan:

7.7.1.3.1. Costos de producción

Representan todas las erogaciones realizadas desde la adquisición de la materia prima hasta su transformación en artículos finales para el consumo

7.7.1.3.1.1. Materia prima directa

Son todos los elementos esenciales para la producción de maní confitado de piña. Para la producción anual de 8.168.727 gramos de maní confitado de piña de piña, de acuerdo al cálculo de cada materia prima, se realiza la conversión a quintales y gramos. Por lo tanto, la empresa requerirá 93 quintales de maní, 124 quintales de azúcar y 1.089gramos de esencia de piña, estas cantidades se multiplica por el precio de cada quintal, dando como resultado un costo mensual de 1.074 y un costo anual de 12.887

Tabla 103
Materia Prima Directa

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad Anual	Precio por Quintal	Total Anual	Total Mensual
Azúcar	Quintales	124	35,00	4.332	361
Maní de grano	Quintales	93	65,00	5.570	464
Esencia de piña	Gramos	1.089	1,00	1.089	91
TOTAL				10.991	916

Nota. Materia prima para la producción del producto de la empresa.

Para proyectar el incremento en cada año, se toma en consideración un margen de holgura de 3%, este porcentaje será utilizado en todos los rubros, como también para los salarios del personal que laborará en la empresa.

Tabla 104
Proyección de Materia Prima Directa

Incremento		3,00%	
Año	Costo Mensual	Costo anual	
1	916,00	10.990,65	
2	943,36	11.320,37	
3	971,67	11.659,98	
4	1.000,82	12.009,78	
5	1.030,84	12.370,07	

Nota. Proyección de materia prima. Información tomada de la tabla 91.

7.7.1.3.1.2. Mano de Obra Directa

La mano de obra directa es aquella que interviene personalmente en la elaboración del producto mediante su esfuerzo físico, con el objetivo de transformar la materia prima en producto terminado. En el área de producción laborarán dos obreros, los mismo que percibirán una remuneración de \$425,00 más beneficios sociales que ampara la ley, su pago mensual asciende a 1026,06 y su pago anual a 1.2312,76.

Tabla 105
Mano de Obra Directa

Descripción	Obreros
Cantidad	2
Descripción	Valor
Remuneración básica	425,00
Décimo Tercero	35,42
Décimo cuarto	35,42
Vacaciones	17,71
Aporte IECE 0,5% y SECAP 0,5%	4,25
Fondos de reserva (8,33%)	35,40
Aporte patronal (9.45%)	40,16
Total	513.03
Total Mensual	1.026,06
Total Anual	1.2312,76

Nota. Mano de obra de la empresa. Información tomada del Código de Trabajo y Ministerio de Trabajo.

Tabla 106
Proyección de Mano de Obra Directa

Incremento	3%
Año	Costo anual

1	12.312,76
2	12.682,14
3	13.062,61
4	13.454,49
5	13.858,12

Nota. Proyección de mano de obra directa.

7.7.1.3.1.3. Resumen de Costos de producción

En la siguiente tabla se detalla el resumen de los costos de producción, con un costo mensual de 1.941,95 y un costo anual de 23.303,41

Tabla 107
Resumen Costos de producción

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Materia Prima Directa	915,89	10.990,65
Mano de Obra Directa	1.026,06	12.312,76
Total	1.941,95	23.303,41

Nota. Resumen costos de producción.

7.7.1.3.2. Costos Indirectos de fabricación

Son todos los costos que inciden de forma indirecta en el proceso de producción del maní confitado de piña, está conformado por la materia prima indirecta, la mano de obra indirecta y los materiales indirectos de acuerdo a los requerimientos de la empresa.

7.7.1.3.2.1. Materia Prima Indirecta

Son todos aquellos elementos secundarios que inciden de forma indirecta en la elaboración del producto. La materia prima indirecta para la elaboración del maní confitado de piña será: tarrinas desechables transparentes de 100 gramos y paquetes de papel adhesivo.

Tabla 108
Materia Prima Indirecta

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario USD	Costo Anual	Costo Mensual
Tarrinas desechables transparentes de 100 gr	Unidad	816,87	4	3.267,49	272,29
Papel adhesivo etiquetas	Rollos	81,69	4	326,75	27,23
Total				3.594,24	299,52

Nota. Materia prima indirecta.

Tabla 109
Proyección de Materia prima indirecta

Incremento		3,00%
Año	Costo Mensual	Costo Anual
1	299,52	3.594,24
2	308,51	3.702,07
3	317,76	3.813,13
4	327,29	3.927,52
5	337,11	4.045,35

Nota. Proyección de materia prima indirecta.

7.7.1.3.2.2.Mano de Obra Indirecta

Representa el personal que no interviene directamente en el proceso productivo, en este caso el jefe de producción quien se encarga de dirigir a los obreros y verificar la calidad del producto.

En jefe de producción percibirá una remuneración de \$425,00 más beneficios sociales que ampara la ley, su pago mensual asciende a 513,03 y su pago anual a 6.156,38

Tabla 110
Mano de Obra Indirecta

Descripción	Jefe de producción
Cantidad	1
Descripción	Valor
Remuneración básica	425,00
Décimo Tercero	35,42
Décimo cuarto	35,42
Vacaciones	17,71
Aporte IECE 0,5% y SECAP 0,5%	4,25
Fondos de reserva (8,33%)	35,40
Aporte patronal (9.45%)	40,16
Total Mensual	513,03
Total Anual	6.156,38

Nota. Mano de Obra Indirecta.

Tabla 111
Proyección de Mano de Obra Indirecta

Incremento	3%
Año	Costo anual
1	6.156,38
2	6.341,07
3	6.531,30

4	6.727,24
5	6.929,06

Nota. Proyección Mano de Obra Indirecta.

7.7.1.3.2.3. Agua potable

Son los gastos del servicio básico de agua potable que usará la empresa en el área de producción, para la elaboración del maní confitado de piña.

Por otra parte, se tomo en consideración el costo por metro cúbico de agua potable establecido por el Municipio de Loja, el mismo que es de 0,45 centavos.

Tabla 112
Agua potable

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario USD	Costo Mensual	Costo Anual
Agua potable	m3	80,00	0,45	36,00	432,00

Nota. Servicio de agua potable. Información tomada de la página del Municipio de Loja. (<https://www.loja.gob.ec/servicios>)

Tabla 113
Proyección del Agua Potable

Incremento		3,00%
Año	Costo anual	
1	432,00	
2	444,96	
3	458,31	
4	472,06	
5	486,22	

Nota. Proyección de Agua potable.

El valor total del consumo de agua potable se lo prorrateará, en un 90% para gastos de producción, por lo tanto los valores por consumo de agua potable en el área de producción quedarían de la siguiente manera:

Tabla 114
Prorrateo de Agua potable para Producción

Año	Consumo Anual	Gastos de Producción	
		90%	
		Anual	Mensual
1	432,00	388,80	32,40
2	444,96	400,46	33,37
3	458,31	412,48	34,37
4	472,06	424,85	35,40

5	486,22	437,60	36,47
---	--------	--------	-------

Nota. Prorrateso de agua potable para producción.

7.7.1.3.2.4. Energía Eléctrica

Son los gastos por servicio de electricidad que la empresa usará en las actividades diarias del área de producción con el empleo de maquinaria y equipos tecnológicos.

Por otra parte, se tomó en consideración el costo por kilovatio de energía eléctrica establecido por la Empresa Eléctrica Regional del Sur (EERSA), la misma que es de 0,18 centavos.

Tabla 115
Energía Eléctrica

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario USD	Costo Mensual	Costo Anual
Energía Eléctrica	Kw/H	130,00	0,18	23,40	280,80

Nota. Servicio de Energía Eléctrica. Información tomada de la página de la Empresa Eléctrica Regional del Sur (<https://www.eerssa.gob.ec/>)

Tabla 116
Proyección del Energía Eléctrica

Incremento		3,00%
Año	Costo anual	
1	280,80	
2	289,22	
3	297,90	
4	306,84	
5	316,04	

Nota. Proyección de Energía Eléctrica.

El valor total del consumo del servicio de energía eléctrica se lo prorrataará, en un 85% para gastos de producción, por lo tanto los valores por consumo de energía eléctrica en el área de producción quedarían de la siguiente manera:

Tabla 117
Prorrateso de Energía Eléctrica para Producción

Año	Consumo Anual	Gastos de Producción	
		85%	
		Anual	Mensual
1	280,80	238,68	19,89
2	289,22	245,84	20,49
3	297,90	253,22	21,10
4	306,84	260,81	21,73

5	316,04	268,64	22,39
---	--------	--------	-------

Nota. Prorrateo de Energía Eléctrica para Producción.

7.7.1.3.2.5. Arriendo

Son aquellos gastos por concepto de arrendamiento de acuerdo a la cantidad en metros cuadrados que emplea la empresa para el área de producción.

Tabla 118

Arriendo

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario USD	Costo Mensual	Costo Anual
Arriendo	m2	1	300,00	300,00	3.600,00

Nota. Arriendo de la empresa.

Tabla 105

Proyección de Arriendo

Incremento		3,00%
Año	Costo anual	
1	3.600,00	
2	3.708,00	
3	3.819,24	
4	3.933,82	
5	4.051,83	

Nota. Proyección de Arriendo.

El valor total del gasto de arriendo se lo prorrateará en un 60% para gastos de producción, por lo tanto, los valores del gasto de arriendo en el área de producción quedarían de la siguiente manera:

Tabla 119

Prorrateo de Arriendo para Producción

Año	Consumo Anual	Arriendo producción 60%	
		Anual	Mensual
1	3.600,00	2.160,00	180,00
2	3.708,00	2.224,80	185,40
3	3.819,24	2.291,54	190,96
4	3.933,82	2.360,29	196,69
5	4.051,83	2.431,10	202,59

Nota. Prorrateo de Arriendo para Producción.

7.7.1.3.2.6. Indumentaria de Trabajo

Vestimenta utilizada por el personal de producción para la correcta manipulación de la materia prima.

Tabla 120
Indumentaria de Trabajo

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo Anual	Costo Mensual
Guantes	6	10,00	60,00	5,00
Delantales	6	7,00	42,00	3,50
Gorros	5	3,00	15,00	1,25
Mascarillas	8	1,50	12,00	1,00
Botas	5	7,00	35,00	2,92
Total			164,00	13,67

Nota. Indumentaria de trabajo.

Tabla 121.
Proyección de Indumentaria de Trabajo

Incremento	3,00%
Año	Costo anual
1	164,00
2	168,92
3	173,99
4	179,21
5	184,58

Nota. Proyección de Indumentaria de Trabajo.

7.7.1.3.2.7. Implementos de Seguridad

Comprende los elementos necesarios para preservar la seguridad en el lugar de trabajo.

Tabla 122
Implementos de Seguridad

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo Anual	Costo Mensual
Letreros preventivos e informativos	10	5,00	50,00	4,17
Extintor	1	40,00	40,00	3,33
Luces de emergencia	2	10,00	20,00	1,67
Botiquín de primeros auxilios	2	25,00	50,00	4,17
Total			160,00	13,33

Nota. Implementos de Seguridad.

Tabla 123
Proyección Implementos de Seguridad

Incremento	3,00%
Año	Costo anual
1	160,00
2	164,80

3	169,74
4	174,84
5	180,08

Nota. Proyección de Implementos de Seguridad.

7.7.1.3.2.8. Implementos de Producción

Para que la empresa lleve adecuadamente el proceso productivo del maní confitado de piña, necesita de utensilios apropiados, los mismos que se detallan a continuación:

Tabla 124
Implementos de Producción

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo Anual	Costo Mensual
Bandeja de aluminio	5	40,00	200,00	16,67
Cucharón de acero	3	18,00	54,00	4,50
Juego de utensilios	2	30,00	60,00	5,00
Pala de acero	3	15,00	45,00	3,75
Total			359,00	29,92

Nota. Implementos de producción.

Tabla 125
Proyección del Implementos de Producción

Incremento		3,00%
Año	Costo anual	
1	359,00	
2	369,77	
3	380,86	
4	392,29	
5	404,06	

Nota. Proyección de Implementos de Producción.

7.7.1.3.2.9. Útiles de Aseo Producción

Comprende los artículos utilizados para la limpieza en el área de producción.

Tabla 126
Útiles de Aseo para Producción

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo Anual	Costo Mensual
Basurero grande	1	30,00	30,00	2,50
Escobas	3	2,00	6,00	0,50
Trapeadores	3	1,50	4,50	0,38
Franelas	10	1,00	10,00	0,83
Recogedor de basura	2	2,00	4,00	0,33
Desinfectante	6	5,00	30,00	2,50

Total	84,50	7,04
--------------	--------------	-------------

Nota. Útiles de Aseo Producción.

Tabla 127

Proyección de Útiles de Aseo para Producción

Incremento	3,00%
Año	Costo anual
1	84,50
2	87,04
3	89,65
4	92,34
5	95,11

Nota. Proyección de Útiles de Aseo Producción.

7.7.1.3.2.10. Resumen de Costos Indirectos de Fabricación

En la siguiente tabla se detalla el resumen de los costos indirectos de fabricación, su costo mensual es de \$1.146,24 y el costo anual de \$13.754,88

Tabla 128

Resumen de Costos Indirectos de Fabricación

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Materia Prima Indirecta	299,52	3.594,24
Mano de Obra Indirecta	513,03	6.156,38
Agua	32,40	388,80
Energía eléctrica	19,89	238,68
Arriendo	180,00	2.160,00
Indumentaria de trabajo	13,67	164,00
Implementos de seguridad	13,33	160,00
Implementos de Producción	29,92	359,00
Útiles de aseo Producción	7,04	84,50
Total	1.108,80	13.305,60

Nota. Resumen de Costos Indirectos de Fabricación.

7.7.1.3.3. Gastos de Administración

Son los gastos necesarios que la empresa “Confitería la lojanita Cía. Ltda” precisa para sus labores administrativas.

7.7.1.3.3.1. Sueldo Personal Administrativo

Son los rubros establecidos para el pago del personal administrativo que desempeña funciones en la empresa.

Tabla 129
Sueldo Personal Administrativo

Descripción	Gerente	Secretaria-Contadora
Cantidad	1	1
Descripción	Cantidad	Cantidad
Remuneración básica	450,00	425,00
Décimo Tercero	37,50	35,42
Décimo cuarto	35,42	35,42
Vacaciones	18,75	17,71
Aporte IECE 0,5% y SECAP 0,5%	4,50	4,25
Fondos de reserva (8,33%)	37,49	35,40
Aporte patronal (9.45%)	42,53	40,16
Total	541,13	513,03
Total Mensual		6.156,38
Total Anual		12.649,90

Nota. Sueldo Personal Administrativo de la empresa.

Tabla 130
Proyección del Sueldo Personal Administrativo

Incremento	3%
Año	Costo anual
1	12.649,90
2	13.029,40
3	13.420,28
4	13.822,89
5	14.237,57

Nota. Proyección Sueldo Personal Administrativo.

7.7.1.3.3.2. Agua potable

Son los gastos del servicio básico de agua potable que usará la empresa en el área de administración.

El valor total del consumo de agua potable se lo prorrateará, en un 10% para gastos de administración, por lo tanto los valores por consumo de agua potable en el área administrativa quedarían de la siguiente manera:

Tabla 131
Prorratio de Agua potable para Administración

Año	Consumo Anual	Gastos de Administración	
		10%	
		Anual	Mensual
1	432,00	43,20	3,60
2	444,96	44,50	3,71

3	458,31	45,83	3,82
4	472,06	47,21	3,93
5	486,22	48,62	4,05

Nota. Prorrateo de agua potable para administración.

7.7.1.3.3.3. Energía Eléctrica

Son los gastos por el servicio de electricidad que la empresa usara en las actividades diarias del área de administración.

El valor total del consumo del servicio de energía eléctrica se lo prorrateará, en un 10% para gastos de administración, por lo tanto los valores por consumo de energía eléctrica en el área administrativa quedarían de la siguiente manera:

Tabla 132
Prorrateo de Energía Eléctrica para Administración

Año	Consumo Anual	Gastos de Administración 10%	
		Anual	Mensual
1	280,80	28,08	2,34
2	289,22	28,92	2,41
3	297,90	29,79	2,48
4	306,84	30,68	2,56
5	316,04	31,60	2,63

Nota. Prorrateo de Energía Eléctrica para Administración.

7.7.1.3.3.4. Arriendo

Son aquellos gastos por concepto de arrendamiento de acuerdo a la cantidad en metros cuadrados que emplea la empresa para el área de administración.

El valor total del gasto de arriendo se lo prorrateará en un 25% para gastos de administración, por lo tanto, los valores del gasto de arriendo en el área administrativa quedarían de la siguiente manera:

Tabla 133
Prorrateo de Arriendo para Administración

Año	Consumo Anual	Arriendo Administración 25%	
		Anual	Mensual
1	3.600,00	900,00	75,00
2	3.708,00	927,00	77,25
3	3.819,24	954,81	79,57
4	3.933,82	983,45	81,95

5	4.051,83	1.012,96	84,41
---	----------	----------	-------

Nota. Prorrateso de Arriendo para Administraci3n

7.7.1.3.3.5. Servicio Telef3nico

Medio de comunicaci3n por el cual el personal administrativo podr3 comunicarse con sus clientes, proveedores, es decir es un servicio de uso exclusivo para actividades de la empresa. Se efectu3 un contrato del servicio telef3nico de la empresa Xtrim de 600 minutos por 0,04 centavos, con un costo mensual de \$24,00

Tabla 134
Servicio telef3nico

Descripci3n	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario USD	Costo Mensual	Costo Anual
Tel3fono	Minutos	600,00	0,04	24,00	288,00

Nota. Servicio telef3nico. Informaci3n tomada de la p3gina de Xtrim. (<https://Xtrim.net.ec/>)

Tabla 122
Proyecci3n del Servicio telef3nico

Incremento		3,00%
A3o	Costo anual	
1	288,00	
2	296,64	
3	305,54	
4	314,71	
5	324,15	

Nota. Proyecci3n Servicio telef3nico

7.7.1.3.3.6. Servicio de Internet

Es el rubro utilizado en el 3rea administrativa, para estar al d3a con la tecnolog3a y los correos electr3nicos que mantienen conectados a la empresa con los clientes y proveedores, as3 mismo es un medio por donde se efectua la publicidad de la empresa. Se contrato un plan de internet en la empresa Xtrim de 500 Kbps, que tiene un costo mensual de \$22,00

Tabla 135
Servicio de Internet

Descripci3n	Unidad de medida	Plan	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Internet	500 Kbps	1	22,00	22,00	264,00

Nota. Servicio de internet. Informaci3n tomada de la p3gina de Xtrim. (<https://Xtrim.net.ec/>)

Tabla 136*Proyección del Servicio de Internet*

Incremento	3,00%
Año	Costo anual
1	264,00
2	271,92
3	280,08
4	288,48
5	297,13

Nota. Proyección Servicio de Internet.**7.7.1.3.3.7. Útiles de Oficina Administración**

Son suministros necesarios para llevar a cabo las actividades del área administrativa.

Tabla 137*Útiles de Oficina Administración*

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo Anual	Costo Mensual
Cuaderno espiral	4	1,00	4,00	0,33
Esferos	6	0,40	2,40	0,20
Corrector	3	1,25	3,75	0,31
Carpetas archivadoras	6	3,00	18,00	1,50
Resmas de hojas A4	8	3,50	28,00	2,33
Lápiz	5	0,25	1,25	0,10
Borrador	3	0,20	0,60	0,05
Cajas de clips	4	1,00	4,00	0,33
Grapadora	2	2,50	5,00	0,42
Perforadora	2	2,30	4,60	0,38
Total			71,60	5,97

Nota. Útiles de Oficina Administración.**Tabla 138***Proyección de Útiles de Oficina Administración*

Incremento	3,00%
Año	Costo anual
1	71,60
2	73,75
3	75,96
4	78,24
5	80,59

Nota. Proyección Útiles de Oficina Administración.**7.7.1.3.3.8. Útiles de Aseo Administración**

Son aquellos materiales utilizados para la limpieza y aseo del área administrativa.

Tabla 139
Útiles de Aseo Administración

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo Anual	Costo Mensual
Basurero	6	5,00	30,00	2,50
Escobas	3	2,00	6,00	0,50
Trapeadores	3	1,50	4,50	0,38
Franelas	6	1,00	6,00	0,50
Recogedor de basura	3	2,00	6,00	0,50
Desinfectante	8	5,00	40,00	3,33
Fundas de basura	16	0,10	1,60	0,13
Papel higiénico	10	0,80	8,00	0,67
Toallas	3	3,00	9,00	0,75
Total			111,10	9,26

Nota. Útiles de Aseo Administración.

Tabla 140
Proyección Útiles de Aseo Administración

Incremento	3,00%
Año	Costo anual
1	111,10
2	114,43
3	117,87
4	121,40
5	125,04

Nota. Proyección Útiles de Aseo Administración.

7.7.1.3.3.9. Resumen Gastos de Administración

En la siguiente tabla se detalla el resumen de los gastos de administración, el costo mensual es de 1.196,32 y el costo anual de 14.355,88

Tabla 141
Resumen Gastos de Administración

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Sueldo personal administrativo	1.054,16	12.649,90
Agua	3,60	43,20
Energía eléctrica	2,34	28,08
Arriendo	75,00	900,00
Teléfono	24,00	288,00
Internet	22,00	264,00
Útiles de Oficina Administración	5,97	71,60
Útiles de Aseo Administración	9,26	111,10
Total	1.196,32	14.355,88

Nota. Resumen Gastos de Administración.

7.7.1.3.4. Gastos de Venta

Son las erogaciones que están directamente relacionadas con la distribución y comercialización del maní confitado de piña para generar ventas.

7.7.1.3.4.1. Sueldo Personal de Ventas

Comprende los salarios que percibe el personal que labora en el área de ventas.

Tabla 142

Sueldo para el personal de Ventas

Descripción	Jefe de ventas	Chofer/ vendedor
Cantidad	1	1
Descripción	Valor	Valor
Remuneración básica	425	425
Décimo Tercero	35,42	35,42
Décimo cuarto	35,42	35,42
Vacaciones	17,71	17,71
Aporte IECE 0,5% y SECAP 0,5%	4,25	4,25
Fondos de reserva (8,33%)	35,40	35,40
Aporte patronal (9,45%)	40,16	40,16
Total	513,03	513,03
Total Mensual		1.026,06
Total Anual		12.312,76

Nota. Sueldo para el personal de Ventas.

Tabla 143

Proyección de Sueldo para el personal de Ventas

Incremento	3%
Año	Costo anual
1	12.312,76
2	12.682,14
3	13.062,61
4	13.454,49
5	13.858,12

Nota. Proyección de sueldo para el personal de Ventas.

7.7.1.3.4.2. Arriendo

Son aquellos gastos por concepto de arrendamiento de acuerdo a la cantidad en metros cuadrados que emplea la empresa para el área de ventas.

El valor total del gasto de arriendo se lo prorrateará en un 15% para gastos de ventas, por lo tanto, los valores del gasto de arriendo en el área de ventas quedarían de la siguiente manera:

Tabla 144
Prorrateo de Arriendo para Ventas

Año	Consumo Anual	Arriendo Ventas 15%	
		Anual	Mensual
1	3.600,00	540,00	45,00
2	3.708,00	556,20	46,35
3	3.819,24	572,89	47,74
4	3.933,82	590,07	49,17
5	4.051,83	607,77	50,65

Nota. Prorrateo de Arriendo para Ventas.

7.7.1.3.4.3. Energía Eléctrica

Son los gastos por el servicio de electricidad que la empresa usará en las actividades diarias del área de ventas.

El valor total del consumo del servicio de energía eléctrica se lo prorrateará, en un 5% para gastos de ventas, por lo tanto los valores por consumo de energía eléctrica en el área de ventas quedarían de la siguiente manera:

Tabla 145
Prorrateo de Energía Eléctrica para Ventas

Año	Consumo Anual	Gastos de Ventas 5%	
		Anual	Mensual
1	280,80	0,99	0,08
2	289,22	1,02	0,09
3	297,90	1,06	0,09
4	306,84	1,09	0,09
5	316,04	1,12	0,09

Nota. Prorrateo de Energía Eléctrica para Ventas.

7.7.1.3.4.4. Combustibles y Lubricantes

Son los valores que se tiene que pagar para el normal funcionamiento del vehículo.

Tabla 146
Combustibles y Lubricantes

Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Precio unitario	Costo Anual	Costo Mensual
Gasolina	50	Galón	2,55	127,50	10,63
Aceite	4	Galón	25,00	100,00	8,33
Total				227,50	18,96

Nota. Combustibles y lubricantes.

Tabla 147*Proyección de Combustibles y Lubricantes*

Incremento	3,00%
Año	Costo anual
1	227,50
2	234,33
3	241,35
4	248,60
5	256,05

Nota. Proyección de Combustibles y Lubricantes.**7.7.1.3.4.5. Matrícula de vehículo**

El valor se cancela en la Agencia Nacional de Tránsito con el objetivo de que el vehículo pueda movilizarse sin ningún impedimento. Este valor se cancela de manera anual, sin embargo, se lo prorrogea mensual.

Tabla 148*Matrícula del Vehículo*

Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Precio unitario	Costo Anual	Costo Mensual
Matrícula de vehículo	1	Unidad	150,00	150,00	12,50
Total				150,00	12,50

Nota. Matrícula del vehículo.**Tabla 149***Proyección de Matrícula de Vehículo*

Incremento	3,00%
Año	Costo anual
1	150,00
2	154,50
3	159,14
4	163,91
5	168,83

Nota. Proyecciones de matrícula del vehículo.**7.7.1.3.4.6. Mantenimiento del vehículo**

Es el valor que se paga por el mantenimiento realizado al vehículo, ya que de esta forma se mantendrá en normal funcionamiento y cumplirá eficazmente las actividades de la empresa.

Tabla 150*Mantenimiento del vehículo*

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo Anual	Costo Mensual
Llantas	4	150,00	600,00	50,00
Mantenimiento mecánico	4	60,0	240	20,00

Total	840,00	70,00
--------------	---------------	--------------

Nota. Mantenimiento del vehículo.

Tabla 151

Proyección de Mantenimiento de vehículo

Incremento	3,00%
Año	Costo anual
1	840,00
2	865,20
3	891,16
4	917,89
5	945,43

Nota. Proyección de mantenimiento del vehículo.

7.7.1.3.4.7. Embalaje

Se refiere al material que se utiliza para la protección de los envases de maní confitado de piña, desde que salen de la empresa hasta que llegan a los distintos puntos de venta.

Tabla 152

Embalaje

Descripción	Cantidad	Unidad de Medida	Precio unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Cajas de cartón	4.595,91	Unidades	0,0012	4,90	58,81
Total				4,90	58,81

Nota. Embalaje para el producto terminado.

Tabla 153

Proyección de Embalaje

Incremento	3,00%
Año	Costo anual
1	58,81
2	60,58
3	62,40
4	64,27
5	66,20

Nota. Proyección de embalaje para el producto terminado.

7.7.1.3.4.8. Promoción

Comprende los valores a pagar, para que el producto entre en contacto directo con el consumidor. Cabe recalcar, que la promoción del producto se realizará durante el primer año de vida de la empresa, con la finalidad de introducirlo en el mercado y fidelizar a los clientes.

Tabla 154
Promoción

Descripción	Unidad de Medida	Precio unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Muestras gratis durante un año	Dólares	40,00	40,00	480,00
Total			40,00	480,00

Nota. Promoción.

7.7.1.3.4.9. Publicidad

Para dar a conocer el producto, se realizará publicidad todos los días con un alcance del 40% por medio de la red social Facebook, también se realizarán anuncios en el periódico La Hora los días lunes, miércoles y viernes con un banner de 300x250 pixeles, esta publicidad se la realizará durante los cinco años de vida de la empresa, con la finalidad de incrementar el consumo del producto.

Tabla 155
Publicidad

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Publicidad en Facebook con alcance del 40%	1	21,00	21,00	252,00
Anuncios en el periódico, banner cuadrado de 300x250pixeles	1	45,00	45,00	270,00
Total			66,00	522,00

Nota. Publicidad.

Tabla 156
Proyección de Publicidad

Incremento	3,00%
Año	Costo anual
1	522,00
2	537,66
3	553,79
4	570,40
5	587,52

Nota. Proyección de publicidad.

7.7.1.3.4.10. Útiles de Oficina Ventas

Son suministros necesarios para llevar a cabo las actividades del área de ventas.

Tabla 157
Útiles de Oficina Ventas

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo Anual	Costo Mensual
Cuaderno espiral	4	1,00	4,00	0,33
Esferos	5	0,40	2,00	0,17
Corrector	2	1,25	2,50	0,21
Carpetas archivadoras	5	3,00	15,00	1,25
Facturero	4	3,50	14,00	1,17
Total			37,50	3,13

Nota. Útiles de oficina para ventas.

Tabla 158
Proyección Útiles de Oficina Ventas

Incremento	3,00%
Año	Costo anual
1	37,50
2	38,63
3	39,78
4	40,98
5	42,21

Nota. Proyección de útiles de oficina para ventas.

7.7.1.3.4.11. Útiles de Aseo Ventas

Son aquellos materiales utilizados para la limpieza y aseo del área de ventas.

Tabla 159
Útiles de Aseo Ventas

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Costo Anual	Costo Mensual
Basurero	1	5,00	5,00	0,42
Escobas	2	2,00	4,00	0,33
Trapeadores	2	1,50	3,00	0,25
Franelas	5	1,00	5,00	0,42
Recogedor de basura	1	2,00	2,00	0,17
Desinfectante	4	5,00	20,00	1,67
Total			39,00	3,25

Nota. Útiles de aseo para ventas.

Tabla 160
Proyección Útiles de Aseo Ventas

Incremento	3,00%
Año	Costo anual
1	39,00
2	40,17
3	41,38
4	42,62

Nota. Proyección de útiles de aseo para ventas.

7.7.1.3.4.12. Resumen de Gastos de Venta

En la siguiente tabla se detalla el resumen de los gastos de venta, el costo mensual es de 1.290,49 y su costo anual de 15.215,92

Tabla 161
Resumen de Gastos de Ventas

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Sueldo Personal de Ventas	1.026,06	12.312,76
Arriendo	45,00	540,00
Energía eléctrica	0,08	0,99
Combustibles y lubricantes	18,96	227,50
Matrícula de vehículo	12,50	150,00
Mantenimiento de vehículo	70,00	840,00
Embalaje	4,90	58,81
Promoción	40,00	480,00
Publicidad	66,00	522,00
Útiles de Oficina Ventas.	3,13	37,50
Útiles de Aseo Ventas.	3,25	39,00
Total	1.289,88	15.208,57

Nota. Resumen de Gastos de Ventas.

7.7.1.4. Monto Total de la Inversión

En la siguiente tabla se presenta el resumen de toda la inversión, la misma que comprende activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo requeridos por la empresa “Confitería la lojanita Cía. Ltda.” Para iniciar sus actividades económicas.

Tabla 162
Resumen Monto de la Inversión

Descripción	Parcial	Subtotal	Total
ACTIVOS FIJOS			
Maquinaria y Equipo		9.000,00	
Muebles y Enseres Producción		1.140,00	
Muebles y Enseres Administración		1.880,00	
Muebles y Enseres Ventas		700,00	
Equipo de Oficina		500,00	
Equipo de Cómputo		2.500,00	
Equipo de Seguridad		300,00	
Línea telefónica		70,00	
Vehículo		50.000,00	
Total Activos fijos			21.090,00

ACTIVOS DIFERIDOS		
Estudios preliminares		800,00
Permisos de funcionamiento		300,00
Permisos de bomberos		10,00
Patente municipal		150,00
Registro sanitario		300,00
Constitución de la compañía		1.000,00
Asesoría jurídica		150,00
Adecuaciones de la planta		2.000,00
<i>Total Activos diferidos</i>		4.710,00
ACTIVOS CIRCULANTES (Mensual)		
COSTOS DE PRODUCCIÓN		
<i>Costo Primo</i>		
Materia Prima Directa	915,89	
Mano de Obra directa	1.026,06	
<i>Subtotal Costo Primo</i>		1.941,95
<i>Costos Indirectos de Fabricación</i>		
Materia Prima Indirecta	299,52	
Mano de Obra Indirecta	513,03	
Agua	32,40	
Arriendo	180,00	
Energía eléctrica	19,89	
Indumentaria de trabajo	13,67	
Implementos de seguridad	13,33	
Implementos de Producción	29,92	
Útiles de aseo Producción	7,04	
<i>Subtotal Costos Indirectos de Fabricación</i>		1.108,80
SUBTOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN		3.050,75
COSTOS DE OPERACIÓN		
<i>Gastos de Administración</i>		
Sueldo personal administrativo	1.054,16	
Agua	3,60	
Energía eléctrica	2,34	
Arriendo	75,00	
Teléfono	24,00	
Internet	22,00	
Útiles de Oficina Administración	5,97	
Útiles de Aseo Administración	9,26	
<i>Subtotal Gastos Administrativos</i>		1.196,32
<i>Gastos de Ventas</i>		
Sueldo Personal de Ventas	1.026,06	
Arriendo	45,00	
Energía eléctrica	0,08	

Combustibles y lubricantes	18,96	
Matrícula de vehículo	12,50	
Mantenimiento de vehículo	70,00	
Embalaje	4,90	
Promoción	40,00	
Publicidad	66,00	
Útiles de Oficina Ventas.	3,13	
Útiles de Aseo Ventas.	3,25	
<i>Subtotal Gastos de Ventas</i>		1.289,88
<i>SUBTOTAL COSTOS DE OPERACIÓN</i>		2.486,20
<i>Total Activos Circulantes</i>		5.536,96
MONTO DE LA INVERSIÓN		31.336,96

Nota. Monto Total de la inversión de la empresa.

Una vez realizados los presupuestos correspondientes, se determinó que el total de la inversión es de \$ 31.336,96

7.7.1.5. Financiamiento

Permite determinar la suficiencia y oportunidad de las fuentes de financiamiento que sirvan para cubrir las necesidades financieras de la empresa, tanto en la inversión en activos fijos, activo circulante y capital de trabajo. Existen dos formas de financiar la inversión con capital propio o capital externo.

La forma como se va a financiar el proyecto es de la siguiente manera:

- **Capital propio:** Constituida por el aporte de los socios, este capital será aportado con dinero en efectivo por parte de los socios que conforman la empresa, la suma es de \$ 21.336,96 y representa el 68,09% del total de la inversión.
- **Capital Externo:** Constituida por las entidades financieras y privadas, a las cuales se incurre para solicitar un préstamo y financiar el proyecto.

Este proyecto será financiado por la Entidad Financiera Ban Ecuador, adquiriendo un préstamo de \$ 10.000,00 que representa el 31,91% del total de la inversión.

Tabla 163
Financiamiento

Detalle	Porcentaje	Total
Capital Propio	68,09%	21.336,96
Capital Externo	31,91%	10.000,00
TOTAL		31.336,96

Nota. Financiamiento de la empresa.

7.7.1.5.1. Amortización

La amortización del crédito hace referencia a la ecuación matemática donde se efectúa la forma de pago, que se realizará de acuerdo al monto que ha adquirido la empresa “Confitería la lojanita Cía. Ltda.” para completar su capital de trabajo.

El crédito será otorgado por la Entidad Financiera “Ban Ecuador” por un monto de \$ 10.000,00, financiado para 5 años a una tasa de interés del 11,25%, con pagos anuales.

Datos:

Tipo de crédito: Pequeñas, medianas empresas -pymes

Forma de Pago: Anuales

Tasa: 11,25%

Monto deseado: \$ 11.000,00

Plazo: 5 años

La amortización del crédito se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 164
Amortización del crédito

						Capital	10.000,00	
						Interés	11,25%	
						Plazo	5	Años
Años	Capital	Intereses	Amortización	Dividendos	Valor en Libros			
0					10.000			
1	10.000	1.125	2.000	3.125	8.000			
2	8.000	900	2.000	2.900	6.000			
3	6.000	675	2.000	2.675	4.000			
4	4.000	450	2.000	2.450	2.000			
5	2.000	225	2.000	2.225	-			

Nota. Amortización del crédito.

7.7.2. Análisis de Costos

Corresponde al proceso de identificación de los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto. El análisis de costos determina la calidad y cantidad de recursos necesarios.

7.7.2.1. Depreciación de activos fijos

Los activos fijos tienen un tiempo de vida útil, y se desgastan con el pasar del tiempo, a esto se le llama depreciación y se considera como un costo, una vez que han cumplido su vida útil será necesario darlos de baja o adquirir uno nuevo. Por otra parte, los porcentajes de depreciación de cada activo fijo se calcularon en base a lo que dicta la Ley de Régimen Tributario Vigente de Ecuador.

Para calcular la depreciación anual y el valor residual de los activos fijos se utilizan las siguientes fórmulas:

Depreciación anual= Valor del activo x Porcentaje de depreciación

Valor en Libros= Valor del activo – (Depreciación Anual x Años de vida útil del proyecto)

A continuación, se detalla el cálculo de las depreciaciones de cada uno de los activos fijos que requiere la empresa “Confitería la lojanita Cía. Ltda.”

Tabla 165
Depreciación de activos fijos

Descripción	Valor	vida útil	% Depreciación anual	Depreciación anual	Valor en libros
Maquinaria y Equipo	9.000,00	10 años	10%	900,00	4.500,00
Muebles y Enseres Producción	1.140,00	10 años	10%	114,00	570,00
Muebles y Enseres Administración	1.880,00	10 años	10%	188,00	940,00
Muebles y Enseres Ventas	700,00	10 años	10%	70,00	350,00
Equipo de Oficina	500,00	10 años	10%	50,00	250,00
Equipo de Cómputo	2.500,00	3 años	33,33%	833,25	0,25
Reinversión equipo de cómputo (4to año)	2.548,50	3 años	33,33%	849,42	849,67
Equipo de Seguridad	300,00	10 años	10%	30,00	240,00
Vehículo	5.000,00	5 años	20%	1.000,00	-

Nota. Depreciación de activos fijos de la empresa.

7.7.2.2. Reinversión del Equipo de Cómputo

Se lo realiza por la finalización de la vida útil del equipo de computación, al cual se lo da de baja en el tercer año. Razón por el cual, es necesario adquirir un nuevo equipo de computación para el cuarto año de vida de la empresa. Por lo tanto, para la reinversión de la

computadora e impresora se considera el 1,94% que corresponde a la tasa de inflación del año 2021, dato obtenido de la página del Banco Central del Ecuador.

Fórmula= (Costo del Equipo de Cómputo x Tasa de Inflación del año 2021) + Costo del Equipo de Cómputo

Tabla 166
Reinversión Equipo de Cómputo

Descripción	Costo
Equipo de cómputo	2.500,00
Porcentaje de incremento	1,94%
Total reinversión	2.548,50

Nota. Reinversión equipo de cómputo.

7.7.2.3. Amortización de Activos Diferidos

La amortización de los activos diferidos, se realiza dividiendo el valor de los activos diferidos para los cinco años de vida del proyecto, presentando los siguientes valores:

Tabla 167
Amortización de los Activos Diferidos

Descripción	Valor Total USD	Amortización (5años)
Estudios preliminares	800,00	160,00
Permisos de funcionamiento	300,00	60,00
Permisos de bomberos	10,00	2,00
Patente municipal	150,00	30,00
Registro sanitario	300,00	60,00
Constitución de la compañía	1.000,00	200,00
Asesoría jurídica	600,00	120,00
Adecuaciones de la planta	2.000,00	400,00
Total	5.160,00	1.032,00

Nota. Amortización de Activos Diferidos de la empresa.

7.7.3. Presupuesto de Costos

Para determinar el presupuesto de costos, se analizan los recursos necesarios para llevar a cabo las actividades de producción, administración y venta de la empresa.

7.7.3.1. Costos Totales de Producción

Corresponden a los costos que se generan en la producción y comercialización de maní confitado de piña. Estos costos comprenden:

- **Costo de producción:** compuesto por el Costo Primo más los Costos Indirectos de Fabricación.
- **Costos de Operación:** comprende la suma de los Gastos de Administración, Gastos de Venta, Gastos Financieros y Otros Gastos

7.7.3.1.1. Presupuesto de Costos Proyectado

Para realizar el cuadro de los costos proyectados se procede a tomar los costos anuales de los rubros señalados anteriormente, a los cuales se les incrementa un margen de holgura del 3%, en razón de que la tasa de inflación que se utiliza en estos casos siempre se encuentra en constante fluctuación, por consiguiente, esta tasa también se empleará para realizar las proyecciones de los salarios del personal de la empresa.

Tabla 168*Presupuesto de Costos*

PRESUPUESTO DE COSTOS					
RUBROS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COSTOS DE PRODUCCIÓN					
COSTO PRIMO					
Materia prima directa	10.990,65	11.320,37	11.659,98	12.009,78	12.370,07
Mano de obra directa	12.312,76	12.682,14	13.062,61	13.454,49	13.858,12
<i>Subtotal costo primo</i>	23.303,41	24.002,51	24.722,59	25.464,27	26.228,19
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					
Materia Prima Indirecta	3.594,24	3.702,07	3.813,13	3.927,52	4.045,35
Mano de Obra Indirecta	6.156,38	6.341,07	6.531,30	6.727,24	6.929,06
Agua	388,80	400,46	412,48	424,85	437,60
Arriendo	2.160,00	2.224,80	2.291,54	2.360,29	2.431,10
Energía Eléctrica	238,68	245,84	253,22	260,81	268,64
Indumentaria de trabajo	164,00	168,92	173,99	179,21	184,58
Implementos de seguridad	160,00	164,80	169,74	174,84	180,08
Implementos de producción	359,00	369,77	380,86	392,29	404,06
Útiles de aseo producción	84,50	87,04	89,65	92,34	95,11
Deprec. Maquinaria y Equipo	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00
Deprec. Muebles y enseres Producción	114,00	114,00	114,00	114,00	114,00
<i>Subtotal de costos indirectos de fabricación</i>	14.319,60	14.718,77	15.129,91	15.553,39	15.989,57
TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN	37.623,01	38.721,28	39.852,50	41.017,66	42.217,76
COSTO DE OPERACIÓN					
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldo personal administrativo	12.649,90	13.029,40	13.420,28	13.822,89	14.237,57

Agua	43,20	44,50	45,83	47,21	48,62
Energía eléctrica	28,08	28,92	29,79	30,68	31,60
Arriendo	900,00	927,00	954,81	983,45	1.012,96
Teléfono	288,00	296,64	305,54	314,71	324,15
Internet	264,00	271,92	280,08	288,48	297,13
Útiles de oficina administración	71,60	73,75	75,96	78,24	80,59
Útiles de aseo administración	111,10	114,43	117,87	121,40	125,04
Deprec. Muebles y Enseres Administración	188,00	188,00	188,00	188,00	188,00
Deprec. Equipo de Oficina	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Deprec. Equipo de Computo	833,25	833,25	833,25	849,42	849,42
<i>Subtotal Gastos Administrativos</i>	15.427,13	15.857,81	16.301,40	16.774,47	17.245,08
GASTOS DE VENTA					
Sueldo personal de ventas	12.312,76	12.682,14	13.062,61	13.454,49	13.858,12
Arriendo	540,00	556,20	572,89	590,07	607,77
Energía eléctrica	0,99	1,02	1,06	1,09	1,12
Combustible y lubricantes	227,50	234,33	241,35	248,60	256,05
Matrícula de vehículo	150,00	154,50	159,14	163,91	168,83
Mantenimiento de vehículo	840,00	865,20	891,16	917,89	945,43
Embalaje	58,81	60,58	62,40	64,27	66,20
Promoción	480,00	-	-	-	-
Publicidad	522,00	537,66	553,79	570,40	587,52
Utiles de oficina ventas	37,50	38,63	39,78	40,98	42,21
Utiles de aseo ventas	39,00	40,17	41,38	42,62	43,89
Deprec. Muebles y Enseres Ventas.	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00
Depreciación Vehículo	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
<i>Subtotal Gastos de Venta</i>	16.278,57	16.240,43	16.695,54	17.164,31	17.647,13
GASTO FINANCIEROS					
Interés del préstamo	1.125,00	900,00	675,00	450,00	205,00

<i>Subtotal Gastos Financieros</i>	1.125,00	900,00	675,00	450,00	205,00
OTROS GASTOS					
Amortización del capital	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Amortización de activos diferidos	1.032,00	1.032,00	1.032,00	1.032,00	1.032,00
<i>Subtotal Otros Gastos</i>	3.032,00	3.032,00	3.032,00	3.032,00	3.032,00
REINVERSIONES					
Reinversión en equipo de computación				2.548,50	
<i>Subtotal Reinversiones</i>				2.548,50	
TOTAL DE COSTO DE OPERACIÓN	35.862,70	36.030,23	36.703,94	39.969,28	38.149,22
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	73.485,71	74.751,51	76.556,44	80.986,93	80.366,98

Nota. Presupuesto de Costos.

Los datos de la tabla anterior, muestran que el costo total de producción para el año 1 es de 73.485,71; para el año 3 es de 76.556,44 y para el año 5 será 80.366,98

7.7.4. Costo Unitario de Producción

Para obtener el costo unitario de producción se divide el costo total de producción para el número de unidades producidas anualmente.

Fórmula:

$$\text{Costo Unitario de Producción} = \frac{\text{Costo Total de Producción}}{\text{Número de Unidades Producidas Anualmente}}$$

Tabla 169

Costo Unitario de Producción de cada tarrina de maní confitado de piña de 100gr.

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Total de Producción	73.485,71	74.751,51	76.556,44	80.986,93	80.366,98
Unidades Producidas	81.687	86.793	91.898	97.004	102.109
Costo Unitario de Producción	0,90	0,86	0,83	0,83	0,79

Nota. Costo Unitario de Producción del producto.

7.7.5. Precio de Venta

Para determinar el precio de venta a los intermediarios que en este caso son las tiendas, micromercados y supermercados de la ciudad de Loja se le incrementa para el primer año un margen de utilidad del 10%, para el segundo año un 18%, para el tercer año 25%, para el cuarto año un 29% y para el quinto año un 40% al costo unitario de producción, este porcentaje incrementará para todos los años de vida del proyecto, debido al aumento de la producción en cada año.

$$\text{Precio de Venta al Intermediario} = \frac{(\text{Costo Unitario de Producción} \times \text{Margen de Utilidad}) + \text{Costo Unitario de Producción}}$$

Tabla 170

Proecio de Venta al Intermediario

Años	Costo unitario	Utilidad	Precio de venta al intermediario
1	0,90	10%	0,99
2	0,86	18%	1,02
3	0,83	25%	1,04
4	0,83	29%	1,08
5	0,79	40%	1,10

Nota. Precio de Venta al Intermediario.

7.7.6. Ingresos

Proviene de la venta del producto maní confitado de piña. Para calcular los ingresos totales que tendrá la empresa “Confitería la lojanita Cía. Ltda.” Durante los 5 años de vida, se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{Ingresos} = \text{Número de Unidades Producidas Anualmente} \times \text{Precio de Venta al Intermediario}$$

La empresa para el primer año de vida útil otendrá ingresos de \$ 80.834,28 y para el quinto año serán de \$ 112.513,78

Tabla 171
Ingresos por Ventas

Años	Cantidad Vendida	Precio de venta	Venta total
1	81.687,27	0,99	80.834,28
2	86.792,73	1,02	88.206,79
3	91.898,18	1,04	95.695,55
4	97.003,64	1,08	104.473,14
5	102.109,09	1,10	112.513,78

Nota. Ingresos por ventas.

7.7.7. Clasificación de los Costos

En todo proceso productivo los costos deben ser clasificados en fijos y variables, ya que no todos son de la misma dimensión dentro de la capacidad de producción.

7.7.7.1. Costos Fijos

Son aquellos costos que la empresa debe cubrir, exista o no producción.

7.7.7.2. Costos Variables

Estos costos inciden en función de la capacidad de producción, es decir varían de acuerdo al volumen de producción que realice la empresa.

En la siguiente tabla, se visualiza la clasificación de los costos fijos y variables para el año 1, 3 y 5.

Tabla 172*Estructura de Costos*

ESTRUCTURA DE COSTOS						
RUBROS	Año 1		Año 3		Año 5	
COSTOS DE PRODUCCIÓN	Costo Fijo	Costo Variab.	Costo Fijo	Costo Variab.	Costo Fijo	Costo Variab.
Materia prima directa		10.990,65		11.659,98		12.370,07
Mano de obra directa	12.312,76		13.062,61		13.858,12	
Materia Prima Indirecta		3.594,24		3.813,13		4.045,35
Mano de Obra Indirecta	6.156,38		6.531,30		6.929,06	
Agua		388,80		412,48		437,60
Arriendo	2.160,00		2.291,54		2.431,10	
Energía Eléctrica		238,68		253,22		268,64
Indumentaria de trabajo		164,00		173,99		184,58
Implementos de seguridad	160,00		169,74		180,08	
Implementos de producción		359,00		380,86		404,06
Útiles de aseo producción		84,50		89,65		95,11
Deprec. Maquinaria y Equipo	900,00		900,00		900,00	
Deprec. Muebles y enseres Producción	114,00		114,00		114,00	
Sueldo personal administrativo	12.649,90		13.420,28		14.237,57	
Agua	43,20		45,83		48,62	
Energía eléctrica	28,08		29,79		31,60	
Arriendo	900,00		954,81		1.012,96	
Teléfono	288,00		305,54		324,15	
Internet	264,00		280,08		297,13	
Útiles de oficina administración	71,60		75,96		80,59	
Útiles de aseo administración	111,10		117,87		125,04	
Deprec. Muebles y Enseres Administración	188,00		188,00		188,00	
Deprec. Equipo de Oficina	50,00		50,00		50,00	

Deprec. Equipo de Computo	833,25		833,25		849,42	
Sueldo personal de ventas	12.312,76		13.062,61		13.858,12	
Arriendo	540,00		572,89		607,77	
Energía eléctrica	0,99		1,06		1,12	
Combustible y lubricantes		227,50		241,35		256,05
Matrícula de vehículo	150,00		159,14		168,83	
Mantenimiento de vehículo		840,00		891,16		945,43
Embalaje		58,81		62,40		66,20
Promoción	480,00		-		-	
Publicidad	522,00		553,79		587,52	
Útiles de oficina ventas	37,50		39,78		42,21	
Útiles de aseo ventas	39,00		41,38		43,89	
Deprec. Muebles y Enseres Ventas.	70,00		70,00		70,00	
Depreciación Vehículo	1.000,00		1.000,00		1.000,00	
Interés del préstamo	1.125,00		675,00		225,00	
Amortización del capital	2.000,00		2.000,00		2.000,00	
Amortización de activos diferidos	1.032,00		1.032,00		1.032,00	
TOTAL	56.539,525	16.946,186	58.578,234	17.978,209	61.293,902	19.073,082

Nota. Estructura de costos, clasificación de los costos fijos y variables.

7.7.8. Determinación del Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio o conocido también como punto muerto, es el punto de producción en el que los ingresos cubren totalmente los egresos de la empresa, por lo tanto, no existe ni utilidad ni pérdida, es donde se equilibran los costos con los ingresos. Este análisis sirve básicamente para:

- Conocer el efecto que causa el cambio en la capacidad de producción, sobre las ventas, los costos y las utilidades.
- Para analizar las relaciones existentes entre los costos fijos y variables.

Al punto de equilibrio se lo puede calcular en función de las unidades producidas, los ingresos y la capacidad instalada.

7.7.8.1. Punto de Equilibrio Año 1.

Tabla 173

Datos para determinar el punto de equilibrio del año 1

Datos	Año 1
Costos Fijos Totales	56.539,52
Costo Variables Totales	16.946,19
Ventas Totales	80.834,28
Precio de Venta	0,99
Costo Unitario Variable	0,21

Nota. Datos.

Punto de Equilibrio en función de las unidades producidas

$$\text{P.E.U} = \text{Costo Fijo} \div (\text{Precio de Venta} - \text{Costo Unitario Variable})$$

$$\text{P.E.U} = \frac{56.539,52}{0,99 - 0,21}$$

$$\text{P.E.U} = \frac{56.539,52}{0,78}$$

$$\text{P.E.U} = 72.291,40$$

Punto de Equilibrio en función de los Ingresos

$$\text{P.E.I} = \text{Costo Fijo} \div (1 - (\text{Costo Variable Total} \div \text{Ventas Totales}))$$

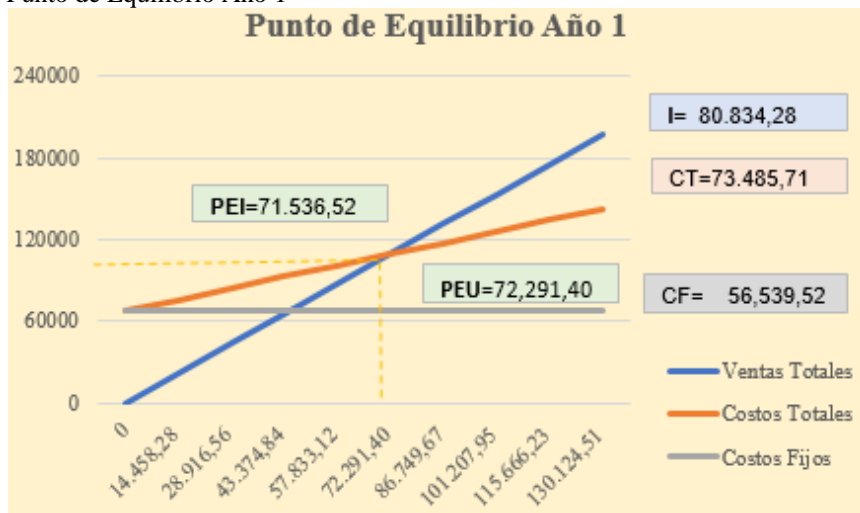
	56.539,52	
P.E.I=	1	16.946,19
		80.834,28
P.E.I=	1	0,20964108
		56.539,52
P.E.I=	0,79035892	
P.E.I=	71.536,52	

Punto de Equilibrio en función de la Capacidad Instalada

P.E.= (Costo Fijo ÷ (Ventas Totales - Costos Variables Total)) x 100

P.E.=	56.539,52	
	80.834,28	16.946,19
		x 100
P.E.=	56.539,52	x 100
	63.888,10	
P.E.=	0,88497746	x 100
P.E.=	88,50	%

Gráfico 1
Punto de Equilibrio Año 1



En la gráfica anterior se observa que para el año 1, el punto de equilibrio se produce cuando se generan ventas por \$71.536,52 y se trabaja con una capacidad instalada del 88,50, lo

que en unidades producidas se traduce en 72.291,40 tarrinas de 100 gramos de maní confitado; con esto la empresa ni pierde ni gana, produciéndose el punto de equilibrio.

7.7.8.2. Punto de Equilibrio Año 3.

Tabla 174

Datos para determinar el punto de equilibrio del año 3.

Datos	Año 3
Costos Fijos Totales	58.578,23
Costo Variables Totales	17.978,21
Ventas Totales	95.695,55
Precio de Venta	1,04
Costo Unitario Variable	0,20

Nota. Datos.

Punto de Equilibrio en función de las unidades producidas

$$\text{P.E.U} = \text{Costo Fijo} \div (\text{Precio de Venta} - \text{Costo Unitario Variable})$$

$$\text{P.E.U} = \frac{58.578,23}{1,04 - 0,20}$$

$$\text{P.E.U} = \frac{58.578,23}{0,85}$$

$$\text{P.E.U} = \mathbf{69.266,82}$$

Punto de Equilibrio en función de los Ingresos

$$\text{P.E.I} = \text{Costo Fijo} \div (1 - (\text{Costo Variable Total} \div \text{Ventas Totales}))$$

$$\text{P.E.I} = \frac{58.578,23}{1 - \frac{17.978,21}{95.695,55}}$$

$$\text{P.E.I} = \frac{58.578,23}{1 - 0,187868801}$$

$$\text{P.E.I} = \frac{58.578,23}{0,812131199}$$

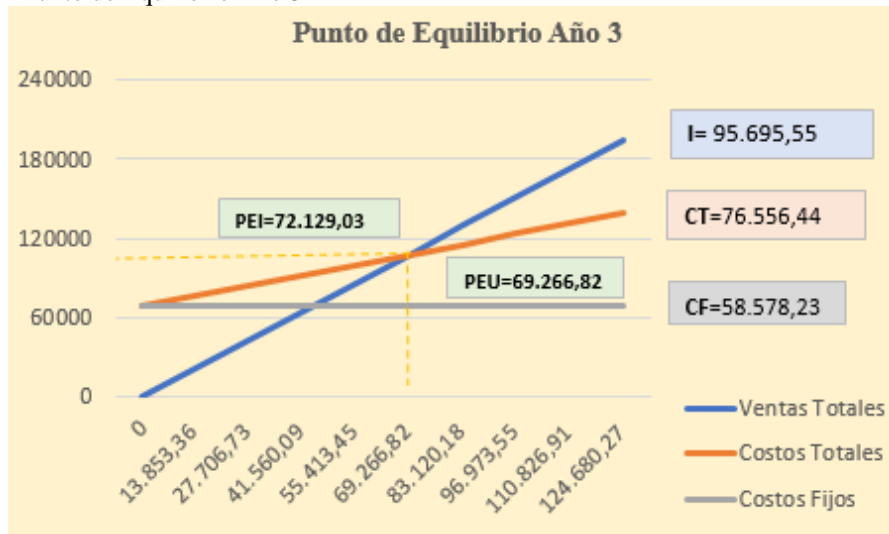
$$\text{P.E.I} = \mathbf{72.129,03}$$

Punto de Equilibrio en función de la Capacidad Instalada

$$\text{P.E.} = (\text{Costo Fijo} \div (\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variables Total})) \times 100$$

$$\begin{aligned}
 \text{P.E.} &= \frac{58.578,23}{95.695,55 - 17.978,21} \times 100 \\
 \text{P.E.} &= \frac{58.578,23}{77.717,34} \times 100 \\
 \text{P.E.} &= \frac{0,753734372}{0,753734372} \times 100 \\
 \text{P.E.} &= \mathbf{75,37\%}
 \end{aligned}$$

Gráfico 2
Punto de Equilibrio Año 3



En la gráfica anterior se observa que para el año 3, el punto de equilibrio se produce cuando se generan ventas por \$ 72.129,03 y se trabaja con una capacidad de instalada del 75,37%, lo que en unidades producidas se traduce en 69.266,82 tarrinas de 100 gramos de maní confitado; con esto la empresa ni pierde ni gana, produciéndose el punto de equilibrio o punto muerto.

7.7.8.3. Punto de Equilibrio Año 5.

Tabla 175

Datos para determinar el punto de equilibrio del año 5.

Datos	Año 3
Costos Fijos Totales	61.293,90
Costo Variables Totales	19.073,08
Ventas Totales	112.513,78
Precio de Venta	1,10
Costo Unitario Variable	0,19

Nota. Datos.

Punto de Equilibrio en función de las unidades producidas

P.E.U= Costo Fijo ÷ (Precio de Venta – Costo Unitario Variable)

$$\text{P.E.U} = \frac{61.293,90}{1,10 - 0,19}$$

$$\text{P.E.U} = \frac{61.293,90}{0,92}$$

$$\text{P.E.U} = \mathbf{66.980,07}$$

Punto de Equilibrio en función de los Ingresos

P.E.I= Costo Fijo ÷ (1-(Costo Variable Total ÷ Ventas Totales)

$$\text{P.E.I} = \frac{61.293,90}{1 - \frac{19.073,08}{112.513,78}}$$

$$\text{P.E.I} = \frac{61.293,90}{1 - 0,169517744}$$

$$\text{P.E.I} = \frac{61.293,90}{0,830482256}$$

$$\text{P.E.I} = \mathbf{73.805,19}$$

Punto de Equilibrio en función de la Capacidad Instalada

P.E.= (Costo Fijo ÷ (Ventas Totales - Costos Variables Total)) x 100

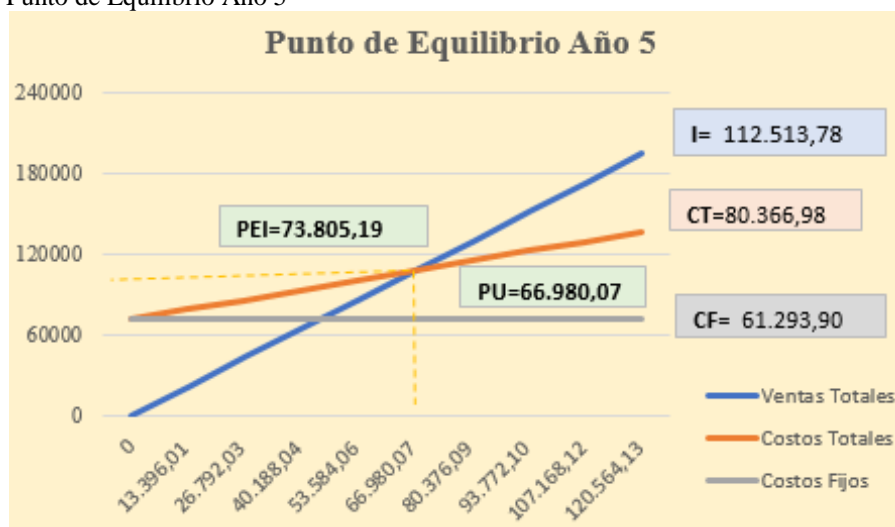
$$\text{P.E} = \frac{61.293,90}{112.513,78 - 19.073,08} \times 100$$

$$\text{P.E} = \frac{61.293,90}{93.440,70} \times 100$$

$$\text{P.E} = \frac{0,655965815}{0,655965815} \times 100$$

$$\text{P.E} = \mathbf{65,60 \%}$$

Gráfico 3
Punto de Equilibrio Año 5



En la gráfica anterior se observa que para el año 5, el punto de equilibrio se produce cuando se generan ventas por \$ 73.805,19 y se trabaja con una capacidad de instalada del 65,60%, lo que en unidades producidas se traduce en 66.980,07 tarrinas de 100 gramos de maní confitado; con esto la empresa ni pierde ni gana, produciéndose el punto de equilibrio o punto muerto.

7.7.9. Estado de Pérdidas y Ganancias

Es un estado financiero dinámico que permite conocer si habrá pérdidas o ganancias en la empresa, dentro de un periodo determinado (por lo general un año). Establece la utilidad o pérdida del ejercicio mediante la comparación de los ingresos y egresos.

Para realizar el cálculo de este balance, se considera lo establecido por la Ley de Régimen Tributario: 15% Utilidad a trabajadores, 25% Impuesto a la renta y el 10% de Reserva legal.

Tabla 176
Estado de Pérdidas y Ganancias

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingreso por concepto de ventas	80.834,28	88.206,79	95.695,55	104.473,14	112.513,78
(-) Costo de producción	37.623,01	38.721,28	39.852,50	41.017,66	42.217,76
(=) Utilidad bruta en ventas	43.211,27	49.485,51	55.843,05	63.455,49	70.296,01
(-) Costos operativos	31.705,70	32.098,23	32.996,94	33.938,78	34.892,22
(=) Utilidad operativa	11.505,57	17.387,27	22.846,11	29.516,71	35.403,79
(-) Gastos financieros	1125,00	900,00	675,00	450,00	225,00
(=) Utilidad antes de participación e impuestos	10.380,57	16.487,27	22.171,11	29.066,71	35.178,79

(-) Participación de utilidades a trabajadores (15%)	1.557,09	2.473,09	3.325,67	4.360,01	5.276,82
(=) Utilidad antes de impuestos	8.823,49	14.014,18	18.845,44	24.706,70	29.901,97
(-) Impuesto a la renta (25%)	2.205,87	3.503,55	4.711,36	6.176,68	7.475,49
(=) Utilidad antes de reservas	6.617,61	10.510,64	14.134,08	18.530,03	22.426,48
(-) Reservas (10%)	661,76	1.051,06	1.413,41	1.853,00	2.242,65
(=) Utilidad	5.955,85	9.459,57	12.720,67	16.677,03	20.183,83

Nota. Estado de Pérdidas y Ganancias.

En la tabla anterior se visualiza el estado de resultados, indicando que desde el año 1 hasta el año 5 se obtiene una utilidad positiva, lo que representa un beneficio del 33,33% para cada socio, es decir \$ 1.985,28 para el primer año y para el quinto año 6.727,94

Tabla 177

Utilidad por socio de la empresa "Confitería la lojanita Cía. Ltda."

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Neta	5.955,85	9.459,57	12.720,67	16.677,03	20.183,83
Número de socios	3	3	3	3	3
Total	1.985,28	3.153,19	4.240,22	5.559,01	6.727,94

Nota. Utilidad por socio de la empresa.

7.8. Evaluación Financiera

La evaluación financiera busca indagar el retorno financiero o rentabilidad que puede generar para cada uno de los inversionistas del proyecto.

Esta evaluación consiste en verificar si el proyecto es factible o no, combinando operaciones matemáticas a fin de obtener coeficientes de evaluación, como son: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Periodo de Recuperación de Capital (PRC), Relación Beneficio/Costo (RBC), y el Análisis de Sensibilidad disminución en ingresos e incremento en costos, los cuales definirán si el proyecto es factible o no factible aplicarlo.

Para dar inicio a la evaluación financiera de este proyecto, primeramente, se elabora el flujo de caja el cual servirá como la base para realizar los cálculos de evaluación con los distintos indicadores ya mencionados.

7.8.1. Flujo de Caja

El flujo de caja representa la diferencia entre las entradas y las salidas de dinero, en palabras más sencillas permite saber cómo la empresa ha obtenido y gastado su dinero en efectivo, y de cuanto dispondrá al final de cada periodo.

Tabla 178

Flujo de Caja

Rubros	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ENTRADA DE EFECTIVO						
Recursos financieros	10.000,00					
Capital propio	21.336,96					
Ingreso por ventas		80.834,28	88.206,79	95.695,55	104.473,14	112.513,78
Valor residual				849,67		6.850,25
<i>Total entrada de efectivo</i>	31.336,96	80.834,28	88.206,79	96.545,22	104.473,14	119.364,03
SALIDA DE EFECTIVO						
Activos fijos	21.090,00					
Gastos pre operacionales (Diferidos)	4.710,00					
Capital de trabajo	5.536,96					
Costo de producción		37.623,01	38.721,28	39.852,50	41.017,66	42.217,76
Costo operacional (Gasto administrativo + gasto de ventas) no incluye depreciaciones ni amortizaciones de diferidos		29.752,45	30.144,98	31.043,69	31.969,36	32.922,80
Pago de préstamos (interés mas capital)		2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Reinversión de activo fijo				2548,5		

Participación de utilidades		1.557,09	2.473,09	3.325,67	4.360,01	5.276,82
Impuesto a la renta		2.205,87	3.503,55	4.711,36	6.176,68	7.475,49
<i>Total salida de Efectivo</i>	31.336,96	73.138,42	76.842,90	83.481,72	85.523,70	89.892,88
ENTRADAS MENOS SALIDAS	-	7.695,86	11.363,89	13.063,50	18.949,44	29.471,15
Depreciación		3.155,25	3.155,25	3.155,25	3.171,42	3.171,42
Amortización de diferidos		1.032,00	1.032,00	1.032,00	1.032,00	1.032,00
(-) Reservas (10%)		661,76	1.051,06	1.413,41	1.853,00	2.242,65
Flujo de caja Neto		12.544,88	16.602,20	18.664,16	25.005,86	35.917,21

Nota. Flujo de Caja Neto de la empresa.

7.8.2. Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento

La Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) es un porcentaje de rentabilidad mínima que los inversionistas de la empresa “Confitería la lojanita Cía. Ltda.” Esperan obtener de la inversión, por lo tanto, indica la tasa mínima de beneficio.

Datos para la obtención de TMAR:

Tabla 179

Datos para determinar la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

Tasa de interés activo promedio consumo	16,77%	Según el Banco Central del Ecuador (2022)
Riesgo País	0,87%	Según el Banco Central del Ecuador (2022)
Inflación Anual	2,56%	Según el Banco Central del Ecuador (2022)

Nota. Datos para determinar la TMAR.

Tabla 167

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

TMAR= I+F+IF			
I= Porcentaje, premio al riesgo		17,64%	
F= Tasa de inflación Anual		2,56%	
TMAR= 20,20%			
Financiamiento	% Financiamiento	TMAR	TMAR GLOBAL
Capital Propio	68,09%	20,20%	13,75%
Capital Externo	31,91%	16,77%	5,35%
			i= 19,10%

Nota. TMAR de la empresa.

Como se puede visualizar en la tabla anterior, la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento muestra que. La tasa (i) al ejecutar el proyecto, se recomienda que al menos debe arrojar como retribución económica una TMAR de 19,10%.

7.8.3. Valor Actual Neto (VAN)

El VAN es aquel que permite conocer el estado de los cobros y de los pagos de una inversión hecha por los socios de la empresa Confitería la lojanita Cía. Ltda.

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

$VAN > 0$ Proyecto aceptado

VAN = 0 No representa ganancias ni pérdidas

VAN < 0 Proyecto rechazado

Factor Actualización = $1 \div (1 + i)^n$

Tabla 180
Valor Actual Neto

Periodo	Flujos de Caja	Factor de Actualización	Flujo de Caja Actualizado
0	-31.336,96	19,10%	
1	12.544,88	0,839597	10.532,64
2	16.602,20	0,704923	11.703,27
3	18.664,16	0,591851	11.046,41
4	25.005,86	0,496917	12.425,83
5	35.917,21	0,417210	14.985,01
Sumatoria de Flujos Actualizados			60.693,15
(-) Inversión			31.336,96
Valor Actual Neto			29.356,20

Nota. Valor Actual Neto de la empresa.

Para actualizar los flujos se toma en cuenta la TMAR obtenida (Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento) que es de 19,10% en este caso; del cual se obtiene un VAN positivo de \$29.356,20; por tanto, acorde a los criterios de evaluación descritos anteriormente la ejecución del proyecto es recomendable.

7.8.4. Tasa Interna de Retorno (TIR)

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

Los criterios de aceptación del TIR son:

TIR > a la tasa mínima de rendimiento exigida, se acepta el proyecto.

TIR = a la tasa mínima de rendimiento exigida, es indiferente llevar a cabo el proyecto.

TIR < a la tasa mínima de rendimiento exigida debe rechazarse el proyecto.

Tabla 181
Tasa Interna de Retorno

Periodo	Flujo Neto	Factor de Actualización	VAN Tasa Menor	Factor de Actualización	VAN Tasa Mayor
0	- 31.336,96	49,00%	- 31.336,96	50,00%	- 31.336,96
1	12.544,88	0,671141	8.419,38	0,666667	8.363,25
2	16.602,20	0,450430	7.478,13	0,444444	7.378,76
3	18.664,16	0,302302	5.642,22	0,296296	5.530,12
4	25.005,86	0,202887	5.073,37	0,197531	4.939,43
5	35.917,21	0,136166	4.890,70	0,131687	4.729,84
Valor Actual Neto			166,85		- 395,56

Nota. Tasa Interna de Retorno de la empresa.

$$TIR = Tm + DT \frac{VANTm}{VANTm - VANM}$$

$$TIR = 49 + 1 \frac{166,85}{166,85 - (-395,56)}$$

$$TIR = 49 + 1 \frac{166,85}{562,41}$$

$$TIR = 49 + 0,30$$

$$TIR = 49,30$$

Análisis: La Tasa Interna de Retorno obtenida para este proyecto es de 49,30%; lo que significa que es mayor a la tasa mínima aceptable de rendimiento que es 19,10%; en consecuencia, de acuerdo a los criterios de aceptación de la TIR descrito anteriormente el proyecto es viable.

7.8.5. Periodo de Recuperación de Capital (PRC)

El Periodo de Recuperación de Capital representa el espacio temporal que es necesario para que la empresa “Confitería la lojanita Cía. Ltda.” recupere la inversión, atendiendo al momento en el que los flujos de caja se producen.

Tabla 182
Periodo de Recuperación de Capital

Periodo	Flujo Neto Actualizado	Sumatoria Flujo Neto Actualizado
0	31.336,96	
1	10.532,64	10.532,64
2	11.703,27	22.235,91

3	11.046,41	33.282,32
4	12.425,83	45.708,15
5	14.985,01	60.693,15

Nota. Periodo de Recuperación de Capital de la empresa.

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{flujos hasta el año que supera la inversión}}{\text{flujo neto del año que supera la inversión}}$$

$$PRC = 3 \quad \frac{31.336,96 - 33.282,32}{11.046,41}$$

$$PRC = 3 \quad \frac{-1.945,37}{11.046,41}$$

$$PRC = 3 \quad - 0,18$$

$$PRC = 2,82$$

Análisis: Como se visualiza en la tabla anterior, la inversión se recuperará en 2 años, 9 meses y 25 días.

7.8.6. Relación Costo/Beneficio (RBC)

El análisis Costo/Beneficio es una herramienta financiera que mide la relación que existe entre los costos y beneficios asociados a la empresa, con el fin de conocer su rentabilidad.

Los criterios de aceptación de la RBC son:

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

Tabla 183
Relación Costo/Beneficio

Periodo	Ingresos Originales	Egresos Originales	Factor de Actualización	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
0			19,10%		
1	80.834,28	73.485,71	0,839597	67.868,22	61.698,38
2	88.206,79	74.751,51	0,704923	62.179,00	52.694,07
3	95.695,55	76.556,44	0,591851	56.637,54	45.310,03
4	104.473,14	80.986,93	0,496917	51.914,43	40.243,75
5	112.513,78	80.366,98	0,417210	46.941,83	33.529,88
Total				285.541,02	233.476,10

Nota. Relación Costo/Beneficio de la empresa.

$$RBC = \frac{\sum \text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\sum \text{COSTOS ACTUALIZADOS}}$$

$$RBC = \frac{285.541,02}{233.476,10}$$

$$RBC = 1,22$$

Análisis: Se tienen una relación beneficio /costo de 1,22; lo que se traduce en que según los criterios de aceptación de RBC es mayor que uno por tanto el proyecto es viable. Esto se traduce a que, por cada dólar invertido la empresa ganará 0,22 centavos de dólar de utilidad.

7.8.7. Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad conocido también como análisis de simulación, es la técnica que determina como diferentes valores de una variable independiente impactan en una variable dependiente bajo un conjunto de supuestos.

Los criterios de decisión del análisis de sensibilidad son:

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

Si el coeficiente es < 1 el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad del proyecto; y

Si el coeficiente es $= 1$ no hay efectos sobre el proyecto.

Por ende, siendo los costos e ingresos las variaciones más sensibles ante un incremento o disminución, se procede a la realización del análisis de sensibilidad con incremento en los costos y disminución en los ingresos de la empresa “Confitería la lojanita Cía. Ltda”:

Tabla 184

Análisis de Sensibilidad- Disminución en Ingresos

Periodo	Ingresos	Egresos	Ingreso Disminuido	Flujo Neto	Factor de Actualización	VAN Tasa Menor	Factor de Actualización	VAN Tasa Mayor
			2,53%	- 31.336,96	30,00%	- 31.336,96	40,00%	- 31.336,96
1	80.834,28	73.485,71	78.789,17	5.303,46	0,769231	4.079,59	0,714286	3.788,19
2	88.206,79	74.751,51	85.975,16	11.223,64	0,591716	6.641,21	0,510204	5.726,35
3	95.695,55	76.556,44	93.274,46	16.718,01	0,455166	7.609,47	0,364431	6.092,57
4	104.473,14	80.986,93	101.829,97	20.843,04	0,350128	7.297,73	0,260308	5.425,61
5	112.513,78	80.366,98	109.667,18	29.300,19	0,269329	7.891,39	0,185934	5.447,92
			469535,96			2.182,44		- 4.856,32

Nota. Análisis de Sensibilidad con Disminución en los ingresos de la empresa.

Para calcular el análisis de sensibilidad con respecto a la disminución en ingresos, se realiza el siguiente cálculo:

$$NTIR = tasamenor + diferencia\ det\ asas * \left(\frac{VANtasamenor}{VANtasamenor - VANtasamayor} \right)$$

$$NTIR = 30 + 10 \times \frac{2.182,44}{2.182,44 - 4.856,32}$$

$$NTIR = 30 + 10 \times \frac{2.182,44}{7.038,76}$$

$$NTIR = 30 + 10 \times 0,31$$

$$NTIR = 30 \times 3,10$$

$$NTIR = 33,10$$

Diferencia de tasas = TIR proyecto – Nueva TIR

Df TIR= 49,30 - 33,10

Df TIR= 16,20

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

%VAR= (16,20 / 49,30) x 100

%VAR= 32,85

$\text{Sensibilidad} = \left(\frac{\% \text{Variacion}}{\text{Nueva TIR}} \right)$

Sensibilidad= (32,85 / 33,10)

Sensibilidad= 0,99

Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos, se concluye que el proyecto es aceptado financieramente, puesto que no es sensible ante una disminución en ingresos del 2,53%, es decir, si los ingresos disminuyen hasta este porcentaje no afecta la rentabilidad del proyecto.

Tabla 185*Análisis de Sensibilidad- Incremento en Costos*

Periodo	Ingresos	Egresos	Egreso Aumentado	Flujo Neto	Factor de Actualización	VAN Tasa Menor	Factor de Actualización	VAN Tasa Mayor
			3,06%	- 31.336,96	30,00%	- 31.336,96	40,00%	- 31.336,96
1	80.834,28	73.485,71	75.734,37	5.099,91	0,769230769	3.923,01	0,714285714	3.642,79
2	88.206,79	74.751,51	77.038,91	11.167,88	0,591715976	6.608,21	0,510204082	5.697,90
3	95.695,55	76.556,44	78.899,07	16.796,48	0,455166136	7.645,19	0,364431487	6.121,17
4	104.473,14	80.986,93	83.465,13	21.008,01	0,350127797	7.355,49	0,260308205	5.468,56
5	112.513,78	80.366,98	82.826,21	29.687,56	0,269329074	7.995,72	0,185934432	5.519,94
			397.963,70			2.190,67		- 4.886,60

Nota. Análisis de Sensibilidad con incremento en los costos de la empresa.

Para calcular el análisis de sensibilidad con respecto a la disminución en ingresos, se realiza el siguiente cálculo:

$$NTIR = \text{tasamenor} + \text{diferencia de tasas} * \left(\frac{VAN_{\text{tasamenor}}}{VAN_{\text{tasamenor}} - VAN_{\text{tasamayor}}} \right)$$

$$NTIR = 30 + 10 \times \frac{2.190,67}{2.190,67 - 4.886,60}$$

$$NTIR = 30 + 10 \times \frac{2.190,67}{7.077,27}$$

$$NTIR = 30 + 10 \times 0,31$$

$$NTIR = 33,10$$

Diferencia de tasas = TIR proyecto – Nueva TIR

$$\text{Df TIR} = 49,30 - 33,10$$

$$\text{Df TIR} = 16,20$$

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

$$\% \text{VAR} = (16,20 / 49,30) * 100$$

$$\% \text{VAR} = 32,86$$

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

$$\text{Sensibilidad} = (32,86 / 33,10)$$

$$\text{Sensibilidad} = 0,99$$

Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos, se concluye que el proyecto es aceptado financieramente, puesto que no es sensible ante un incremento en los costos del 3,06%; es decir, si el precio de los costos incrementa hasta el porcentaje indicado, no afecta la rentabilidad del proyecto.

8. Conclusiones

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

- El maní confitado es un producto de consumo alimenticio cuya producción actualmente se encuentra disminuyendo por la falta de diversificación. Es por ello que el presente proyecto de factibilidad determina una gran oportunidad de negocio permitiendo mejorar e innovar la calidad del producto como es el maní confitado con valor agregado sabor a piña, y con ello mejorar su consumo y comercialización.
- En el estudio de mercado se determinó que la demanda real para el primer año es de 31.622,558 gramos de maní confitado; una demanda efectiva de 29.905.905 gramos de maní confitado, esta información comparada con la oferta que para el primer año es de 12.492.195 gramos de maní confitado, se obtiene una demanda insatisfecha de 17.413.710 gramos de maní confitado.
- En el plan de comercialización se determinó que los mejores canales de publicidad para dar a conocer el maní confitado de piña serán por la red social Facebook y a través de anuncios publicitarios en el periódico, además que la promoción que desean las familias lojanas para degustar el producto es a través de muestras gratis.
- En el estudio técnico se determinó que la empresa cuenta con una capacidad diseñada o teórica de 78.624.000 gramos de maní confitado de piña laborando durante 24 horas y una capacidad instalada de 10.210.909 gramos de maní confitado de piña laborando ocho horas diarias, la empresa trabajar un porcentaje de incremento en su capacidad durante sus cinco años de vida útil, es así que en el año 1 trabajara con el 85% de la capacidad lo que equivale a 81.687 tarrinas de 100 gr; en el año 5 trabajara con el 100% de su capacidad lo que equivale a 102.109 tarrinas de 100gr.
- La nueva unidad productiva “Confitería la lojanita Cía. Ltda.” estará ubicada en la ciudad de Loja, parroquia Sucre, en la avenida Manuel Carrión Pinzano, ya que dispone de toda la infraestructura básica que hace posible el desarrollo de las actividades productivas de la empresa

- La empresa se constituirá como compañía de Responsabilidad “Confitería la lojanita Cía. Ltda.”; así mismo se estableció la filosofía institucional, organigramas y manuales de funciones para los diferentes puestos de la empresa.
- La inversión requerida para la puesta en marcha del proyecto es de USD 31.336,96 dólares americanos, mismo que será financiado de la siguiente forma: capital propio de los socios de USD 21.336,96 correspondiente al 68,09%; y el restante mediante un crédito al BanEcuador por USD.10.000,00 correspondiente al 31,91% con un plazo de 5 años, a una tasa de interés del 11,25%.
- En cuanto al costo total de producción del producto, el primer año es de \$ 73.485,71 con el cual se obtiene un costo unitario de producción de \$0,90 centavos, valor que se le asigna un margen de utilidad del 10%, generando como resultado un precio de venta al intermediario de \$ 0.99 centavos; en el quinto año es de \$ 80.366,98 con el cual se obtiene un costo unitario de producción de \$0,79 centavos, valor que se le asigna un margen de utilidad del 40%, generando como resultado un precio de venta al intermediario de \$ 1.10 dólares.
- La evaluación financiera, revela que el proyecto es viable para su ejecución, ya que se obtienen valores positivos en los próximos cinco años de vida del proyecto; obteniendo un VAN positivo de USD.29.356,20; una TIR de 49,30%; en relación al periodo de recuperación de la inversión será en 2 años, 9 meses y 25 días; y la relación beneficio/costo se obtiene una rentabilidad de 0,22 centavos por cada dólar invertido; el análisis de sensibilidad determina que el proyecto soporta un incremento en los costos del 3,06% y una disminución en los ingresos del 2,53%.

9. Recomendaciones

Una vez concluido el presente estudio de factibilidad, se presenta las siguientes recomendaciones:

- Al determinar que el proyecto es factible de ejecutarse se recomienda ponerlo al mismo en práctica y en ejecución, debido a su rentabilidad en el mercado y por su gran aporte al desarrollo económico en la ciudad de Loja.
- Realizar estudios en otras ciudades con el propósito de ampliar aún más el mercado y dar a conocer el nuevo producto.
- Aprovechar al máximo toda la capacidad instalada de la maquinaria y en sí de la planta productora y comercializadora de maní confitado de piña.
- Organizar eficientemente y en su debido tiempo actividades promocionales para dar a conocer el producto, de tal manera que el consumidor se motive a consumir el producto.
- Realizar constantes capacitaciones a los obreros en cuanto al proceso productivo y evaluarlo con el fin de realizar un control de calidad y verificar que todo se esté realizando según la planificación establecida en la ingeniería del proyecto.
- Establecer controles y realizar ajustes periódicos a nivel general de la empresa para lograr adaptarse a cualquier cambio del entorno.
- Evaluar la posibilidad de ampliar el proyecto a nivel nacional, considerando costos, precios, demandas y oferta.

10. Bibliografía

- (s.f.). Aguilar , P., & Catalin, A. (2016). *Tesis: Proyecto de Factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de dulces de maní en la provincia de Zamora Chinchipe*. Zamora Chinchipe: UDAI.
- Bailon, R. (2016). CAMARI. *Información General del maní confitado artesanal* , 52.
- Córdoba, M. (2006). *Formulación y Evaluación de proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Delgado, M. (2018). Analisis de los productos. *El poder del consumidor*, 10.
- Diario de Hoy. (2018). Producción del maní en el Ecuador. *El diario de hoy*, 16.
- Duarte, R. (2018). Tecnificación del cultivo maní . *Características técnicas del cultivo mani ara de achi*, 54.
- El Comercio. (2010). Siguiendo lo orígenes del maní. *El comercio Latinoamérica*, 16.
- Fuentes, M. (2018). *PROYECTOS DE INVERSIÓN: UN ENFOQUE PRÁCTICO*. Ecuador: Dirección de publicaciones MFG.
- García , C., & Gutierrez, M. (2017). *Tesis: Proyecto de factibilidad para la implemntación de una empresa productora y comercializadora de confiteria en base a maní para la provincia de Loja, con materia prima de los productores de los cantones de Paltas y Celica* . Loja.
- Garcia, T., & Quevedo , A. (2018). *Estudio de Factibilidad para la instalación de una planta productora y comercializadora de dulce de manpi*. Lima: Edilsa.S.A.

INEC. (2010). Población de la ciudad de Loja. *Instituto Nacional de Estadísticas y Censo*, 8.

Ley General de Sociedades Mercantiles. (2010). Clasificación de las sociedades mercantiles.

Nueva Ley publicada en el Diario Oficial, 25.

MAGAP. (2018). Sistema de producción . *Ministerio de Agricultura y Ganadería* , 50.

Montero, J. (2020). Importancia nutricional y económica del país. *Revista de Investigación e Innovación Agropecuaria y de Recursos Naturales* , 25.

Ortiz, E., & Yugsi, L. (2019). *Estudio de Factibilidad para la creación de una pequeña empresa productora y comercializadora de mani confitado en la ciudad de mani confitado en la ciudad de Sto. Domingo de los Tsáchilas*. Santo domingo.

Pasaca, M. (2011). *Formulación de proyectos de inversión* (Vol. II). Loja, Loja, Ecuador: GraficPlus.

Pascules, F. (2011). Agricultura campesina y el mercado de alimentos. *Generalidades del maní*, 60.

Sapag, C. (2010). *Proyectos de Inversión: Formación y Evaluación* . México: Person Educación.

Smith, A. F. (2013). Garrapiñada-Recetarios. *Enciclopedia de American Food and Drink*, 25.

Valdez, H. (2018). *NUTRINUTS*. Veracruz: México C.P.L.

Wikipedia. (04 de Abril de 2021). *Wipedia*. Obtenido de La enciclopedia libre:

[https://es.wikipedia.org/wiki/Garrapi%C3%B1ada_\(cacahuete\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Garrapi%C3%B1ada_(cacahuete))

11. Anexos

Anexo 1 Certificación de la traducción del Abstract

	<p>Mg. Yanina Quizhpe Espinoza Licenciada en Ciencias de Educación mención Inglés Magister en Traducción y mediación cultural</p>	<p>Celular: +593989805087 Email: yaniques@icloud.com Loja, Ecuador 110104</p>
<p>Loja, 6 de junio, 2022</p>		
<p>Yo, Lic. Yanina Quizhpe Espinoza, con cédula de identidad 1104337553, docente del Instituto de Idiomas de la Universidad Nacional de Loja, y con licencia como traductora registrada en el Ministerio de trabajo del Ecuador MDT-3104-CCL-252640, certifico:</p>		
<p>Que tengo el conocimiento y dominio de los idiomas español e inglés y que la traducción del resumen de trabajo de integración curricular o de titulación; Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de maní confitado de piña en la ciudad de Loja, provincia Loja, cuya tutoría de la estudiante Leidy Nathaly Ochoa Salazar, con cédula 1150185054, es verdadero y correcto a mi mejor saber y entender.</p>		
<p>Atentamente</p>		
<p>YANINA BELEN QUIZHPE ESPINOZA Firmado digitalmente por YANINA BELEN QUIZHPE ESPINOZA Fecha: 2022.06.05 10:25:05 -05'00'</p>		
<p>Yanina Quizhpe Espinoza. Traductora</p>		

Anexo 2 Resumen del Anteproyecto de Tesis

a. TEMA

“Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de maní confitado de piña en la ciudad de Loja, provincia Loja”.

b. PROBLEMÁTICA

El maní (Ara chis hipogea) es uno de los cultivos leguminosos más importantes a nivel mundial porque contribuye al desarrollo agrícola e industrial, hoy en día es utilizado como materia

prima para la fabricación de una serie de productos alimenticios de forma artesanal. (Diario de Hoy, 2018)

Según Montero (2020) en Ecuador la producción del maní es parte importante en la economía de los pequeños, medianos y grandes productores, siendo un producto tradicional de exportación, ya que tiene un mercado atractivo por el sinnúmero de propiedades y nutrientes alimenticios que benefician la salud de las personas que lo consumen. (pág. 20)

Uno de los productos que se elaboran, teniendo como materia prima principal el maní, es el maní confitado, el mismo que tiene sus inicios desde épocas coloniales y a partir de este período ha venido creciendo, convirtiéndose en uno de los productos tradicionales más apetecidos por la industria alimenticia y su contribución al desarrollo económico de las sociedades. (El Comercio, 2010)

Sin embargo, este tipo de confitería con el paso del tiempo está perdiendo el interés en los consumidores por su falta de diversificación y valor agregado; ya que, en la actualidad, la mayoría de comercios a nivel nacional expenden solamente dos tipos de variedades de maní artesanal, como es el de sal y dulce, provocando en la sociedad el bajo consumo del producto, bajos ingresos y su escasa comercialización.

Según MAGAP (2018) y acorde con datos oficiales en el Ecuador existe una demanda insatisfecha del producto maní siendo parte de ésta la provincia de Loja, como lo refieren tanto técnicos y agricultores de la misma. Por ello se requiere una diversificación de productos de maní de buena calidad, para promover su producción y comercialización (pág. 16)

El presente estudio de factibilidad se realiza con la finalidad de conocer la rentabilidad y viabilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de maní confitado de piña, y además saber si el producto que se elaborará tendrá acogida en los consumidores de la ciudad de Loja como también sus requerimientos técnicos, administrativos y financieros para su puesta en marcha; ya que a través de estudios precedentes se determinó que no existe un proyecto de factibilidad sobre la diversificación del maní confitado en la ciudad de Loja.

c. JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto busca evaluar la factibilidad de la implementación de una empresa productora y comercializadora de maní confitado de piña en la ciudad de Loja, provincia Loja, a través de estudios e investigaciones que permitan conocer las particularidades de las personas que conformarán el mercado meta. La propuesta de esta empresa está enfocada a dar valor agregado al producto maní confitado, con una adecuada diversificación y con ello brindar un aporte económico significativo a la producción y comercialización del producto.

La realización del proyecto se efectúa considerando la importancia de vincular la teoría con la práctica, es decir, relacionar todas las materias recibidas durante el transcurso de los ciclos de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, planteando un proyecto en el que se involucran diferentes actividades, y en base a ello determinar la factibilidad o no factibilidad del mismo.

Actualmente, el Ecuador atraviesa por un periodo de recuperación económica que se produce a consecuencia de muchos factores como la emergencia sanitaria a causa de la covid-19, la deuda externa, falta de inversión, escasez de fuentes de empleo, etc.; por lo que necesita promover nuevos emprendimientos locales y fomentar el trabajo en todas las actividades que sean posibles, para que de esta manera se propicie el crecimiento económico. Dando cabida a la propuesta de empresa antes descrita, la misma que pretende ser generadora de cambios positivos en las personas que puedan beneficiarse con la ejecución de este proyecto en la ciudad de Loja. Esto es, al inversionista, productor y todas las personas que participen en la puesta en marcha del mismo, que sin lugar a duda, va a permitir el mejoramiento de sus economías.

El proyecto permitirá conocer la viabilidad comercial, técnica, organizacional, legal y financiera para la creación de la empresa, requiere de tiempo y dedicación, a la vez que éste cuenta con varias partes, también requiere de abundante información, ya sea de fuentes primarias y secundarias. Busca además determinar aquellos factores que pueden influir positiva o negativamente antes, durante y posterior a su ejecución, además debe reunir toda la información necesaria para evaluar la idea del negocio, analizar el mercado y los lineamientos generales para su ejecución.

Por otro lado, la puesta en marcha del presente proyecto ofrece grandes oportunidades de negocio puesto que ayudará a generar nuevas fuentes de empleos y contribuir al desarrollo socio-económico de la ciudad, así como también al desarrollo comercial.

d. OBJETIVOS

d.1. Objetivo General

Realizar un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de maní confitado de piña en la ciudad de Loja, provincia Loja.

d.2. Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda, oferta, y demanda insatisfecha del maní confitado de piña.
- Desarrollar un plan de comercialización para el producto, tomando en cuenta las 4 P.
- Efectuar el estudio técnico para determinar el tamaño, localización e ingeniería del proyecto, así como la estructura legal y administrativa del mismo.
- Elaborar el estudio económico-financiero, para determinar los presupuestos de ingresos y gastos, punto de equilibrio y estados financieros.
- Realizar la evaluación financiera del proyecto, para determinar si este es o no factible.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

e.1. Materiales

Los materiales que son necesarios para el desarrollo del proyecto son: Resmas de papel bond, carpetas, lápices, esferos y borradores, libros, revistas, documentos, flash Memory, calculadora, computador portátil, impresiones e internet.

e.1.1. Métodos

En el proyecto investigativo se aplicarán tres tipos de métodos como es el inductivo, deductivo y descriptivo, los cuales servirán para desarrollar eficazmente cada una de las etapas que consta dicho proyecto.

Método Inductivo

Este método sirve como base importante para la realización de la información recopilada en la aplicación de las encuestas y entrevistas, para determinar el tamaño de la muestra total de las familias y para poder determinar los gustos, preferencias del producto.

Método deductivo

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

Método descriptivo

Este método sirve para analizar y describir de los resultados de las encuestas y entrevistas realizadas tanto a los consumidores, oferentes y proveedores.

e.1.2. Técnicas

Revisión Bibliográfica: Se la utilizará como fuente de apoyo para recopilar información, para ello, se ha empleará libros, revistas, informes, tesis, internet, folletos, etc.

Encuesta: Se la diseñará y aplicará a las familias del sector urbano de la ciudad de Loja, con la finalidad de conocer la oferta y demanda del producto, también se aplicará otra encuesta a los proveedores de materia prima.

Entrevista: Esta técnica será diseñada con preguntas relacionadas al tema de investigación y se la aplicará a los oferentes de maní confitado de la ciudad de Loja.

f. CRONOGRAMA DE TRABAJO

Actividad	MESES														
	1			2			3			4			5		
	SEMANAS														
Diseño de los instrumentos de investigación	■	■													
Aplicación de los instrumentos de investigación			■	■											
Organización de la información recolectada				■	■	■									

<i>Frecuencia</i>	<i>Semanal</i>	<i>Mensual</i>	<i>Anual</i>
<i>Cantidad</i>	1 a 2	1 a 2	1 a 2
75gr			
100gr			
150gr			

4. ¿En qué tipo de presentación consume el maní confitado?

Funda de plástico

Empaque plástico

Tarrina de plástico

Otro

Especifique.....

5. ¿En qué lugares efectúa la compra del maní confitado?

Supermercados

Micromercados

Tiendas

Puestos informales

Autoservicios

Otro

Especifique.....

6. ¿Cuál es el precio que paga por el maní confitado que adquiere? Marque con un (x)

Costo	Precio		
	75 gr	100gr	150gr
\$0,25 a \$0,50			
\$0,51 a \$0,75			

\$0,76 a \$1,00			
-----------------	--	--	--

7. ¿Qué tipo de promoción recibe cuando adquiere el producto?

Descuentos

Cupones

2x1

Ninguno

Otro

Especifique.....

8. Si en la ciudad de Loja se creara una empresa productora y comercializadora de maní con un valor agregado de sabor a piña. ¿Estaría dispuesto a adquirir el producto?

SI

NO

Nota: Si su respuesta es negativa, se le agradece su colaboración.

9. ¿En qué tipo de presentación le gustaría adquirir el producto que le ofrece la nueva empresa?

Funda de plástico

Empaque plástico

Tarrina de plástico

Empaque de papel

Otro

Especifique.....

10. ¿De cuántos gramos le gustaría que sea la presentación del producto?

75 gr

100 gr

150 gr

Otro

Especifique.....

11. ¿Qué factores determinan su decisión de compra?

Precio

Calidad

Sabor

Presentación

12. ¿En qué lugar le gustaría adquirir el producto?

Supermercados

Micromercados

Tiendas

Otro

Especifique.....

13. ¿Por qué medios de comunicación digital, le gustaría recibir información sobre el producto?

Facebook

WhatsApp

Instagram

Otro

Especifique.....

14. ¿Por qué medios de comunicación tradicional, le gustaría recibir información sobre el producto?

Televisión

Radio

Periódico

Otro

Especifique.....

15. ¿Qué tipo de promociones le gustaría recibir del producto?

Descuentos

Cupones

2x1

3x1

Otro

Especifique.....

Gracias por su colaboración

Anexo 4 Entrevista a los oferentes



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Encuesta para determinar el consumo de maní confitado en supermercados, micro-mercados y tiendas de la ciudad de Loja

En calidad de estudiante del décimo ciclo de la Universidad Nacional de Loja, de la Carrera de Administración de Empresas, me dirijo a usted con la finalidad de solicitarle de la manera más comedida se digne proporcionar su valiosa colaboración respondiendo a las siguientes interrogantes, ya que dicha información me servirá para recabar información de mi proyecto sobre la “Implementación de una empresa productora y comercializadora de maní confitado de piña en la ciudad de Loja, provincia Loja”.

DATOS GENERALES

Nombre de la empresa.....

Dirección.....

CUESTIONARIO

1. **¿En su negocio vende maní confitado?**
.....
2. **¿En qué tipo de presentación vende el maní confitado?**
.....
3. **¿Cuántas fundas de 75gr; 100gr-150gr vende anualmente en su negocio?**
.....
4. **¿Cuál es el precio de venta del maní confitado, de acuerdo al tipo de presentación?**
.....
5. **¿Cuáles son las empresas y personas que le proveen el maní confitado?**
.....

6. **¿Qué tipo de promociones emplea en su negocio por la compra del producto?**
.....
7. **¿Usted utiliza algún medio de comunicación para dar a conocer el producto?**
.....
8. **¿Qué medios de comunicación utiliza usted para dar a conocer el producto?**
.....
9. **¿Cuál es el porcentaje de incremento en ventas del maní confitado en el periodo 2020 al 2021?**
.....
10. **¿Si se implementara una empresa productora y comercializadora de maní confitado de piña, estaría dispuesto a adquirir el producto para comercializarlo?**
.....

Gracias por su colaboración

Anexo 5 Encuesta a los proveedores



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA FACULTAD JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Encuesta dirigida a los proveedores de maní

En calidad de estudiante del décimo ciclo de la Universidad Nacional de Loja, de la Carrera de Administración de Empresas, me dirijo a usted con la finalidad de solicitarle de la manera más comedida se digne proporcionar su valiosa colaboración respondiendo a las siguientes interrogantes, ya que dicha información me servirá para recabar información de mi proyecto sobre la “Implementación de una empresa productora y comercializadora de maní confitado de piña en la ciudad de Loja, provincia Loja”.

CUESTIONARIO

1. ¿Usted es productor de maní?

SI NO

2. ¿Qué tipo de maní produce?

Maní caramelo o colorado

Maní negro

3. Si usted produce maní colorado ¿Qué cantidad produce en quintales(qq) anualmente?

1-50

51-101

102-152

153-203

204 en adelante

4. ¿Cuál es el precio promedio que usted vende el quintal de maní caramelo?

.....

5. ¿A quién comercializa?

.....

6. ¿En qué lugares comercializa?

7. ¿La comercialización del maní lo realiza a?:

Mayorista

Minorista

Venta directa al consumidor final

8. Si en la ciudad de Loja se implementara una empresa productora y comercializadora de maní confitado de piña ¿Estaría usted dispuesto a proveernos de la materia prima?

SI

NO

Gracias por su colaboración