



1859

**UNL**

Universidad  
Nacional  
de Loja

## Universidad Nacional de Loja

Facultad Jurídica Social Y Administrativa

Carrera de Administración de Empresas

**“Factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de condimento de pepa de aguacate en la parroquia San Pedro de Vilcabamba de la provincia y cantón de Loja”.**

**Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas**

**AUTOR:**

John Paul Lanche Lanchi

**DIRECTOR:**

Jimena Elizabeth Benitez Chiriboga Mg, Sc.

Loja - Ecuador

2023

## Certificación

Loja, 7 de diciembre de 2023

Jimena Elizabeth Benitez Chiriboga Mg, Sc.

**DIRECTORA DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

### **CERTIFICO:**

Que he revisado y orientado todo proceso de la elaboración del Trabajo de Integración Curricular denominado: **“Factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de condimento de pepa de aguacate en la parroquia San Pedro de Vilcabamba de la provincia y cantón de Loja”**, de autoría del estudiante **John Paul Lanche Lanchi**, con cedula de identidad **1105363749**, previa a la obtención del título de **Licenciado 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.

Jimena Elizabeth Benitez Chiriboga Mg, Sc.

**DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

## **Autoría**

Yo, **John Paul Lanche Lanchi**, declaro ser autor del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mí Trabajo de Integración Curricular en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

**Firma:**

**Cédula de Identidad:** 1105363749

**Fecha:** 7 de diciembre del 2023.

**Correo electrónico:** john.lanche@unl.edu.ec

**Celular:** 0969661643

**Carta de autorización por parte del autor, para consulta, reproducción parcial o total, y publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Integración Curricular**

Yo **John Paul Lanche Lanchi**, declaro ser autor del Trabajo de Integración Curricular denominado: **“Factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de condimento de pepa de aguacate en la parroquia San Pedro de Vilcabamba de la provincia y cantón de Loja”**, como requisito para optar el título de **Licenciado en Administración de Empresas**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional 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 del Trabajo de Integración Curricular.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los siete días del mes diciembre del dos mil veintitrés.

**Firma:**

**Autor:** John Paul Lanche Lanchi

**Cedula:** 1105363749

**Dirección:** San Pedro de Vilcabamba, barrio Sacapo

**Correo electrónico:** john.lanche@unl.edu.ec

**Teléfono:** 0969661643

**DATOS COMPLEMENTARIOS:**

**Director del trabajo de Integración Curricular:** Jimena Elizabeth Benitez Chiriboga Mg, Sc.

## **Dedicatoria**

El presente Trabajo de Integración Curricular realizado se lo dedico a primeramente a Dios por haberme dado la sabiduría, fortaleza y salud para poder cumplir de manera exitosa mis estudios de nivel superior.

Así como también a mi mamá Santos Maura Lanchi y quien con su comprensión, amor, paciencia y esfuerzo me ha permitido llegar a cumplir un sueño más, por enseñarme que a pesar de las adversidades que se presentan en la vida, se debe continuar adelante, hasta cumplir las metas y a mi tía Luz Elmira Erazo por el apoyo durante este proceso.

Y finalmente a mis hermanos y amigos que de una u otra manera me han sabido dar sus palabras de aliento para seguir hasta cumplir el objetivo, que siempre confiaron en mis capacidades y me animaron para continuar con paso firme y cumplir esta meta.

***John Paul Lanche Lanchi***

## **Agradecimiento**

Desde lo más profundo de mi corazón quiero expresar mi más sincero agradecimiento, primeramente, a Dios que me ha permitido la vida, salud, sabiduría y entendimiento para poder terminar este proyecto, como también a mi mamá y hermanos que me apoyaron emocionalmente en todo momento.

A la planta docente de la Carrera Administración de Empresa, me permito agradecer por brindarme todos sus conocimientos que permitieron mi crecimiento día a día como profesional, agradecerles también por su paciencia y apoyo en todo este proceso.

Finalmente quiero expresar mi reconocimiento al Mg,Sc. Jimena Elizabeth Benitez Chiriboga, quien fue la principal colaboradora durante todo este proceso, ya que mediante su dirección, enseñanza, conocimiento y paciencia permitió el desarrollo y culminación de este Trabajo de Integración Curricular.

***John Paul Lanche Lanchi***

## Índice de contenidos.

<b>Portada</b> .....	<b>i</b>
<b>Certificación</b> .....	<b>ii</b>
<b>Autoría</b> .....	<b>iii</b>
<b>Carta de autorización</b> .....	<b>iv</b>
<b>Dedicatoria</b> .....	<b>v</b>
<b>Agradecimiento</b> .....	<b>vi</b>
<b>Índice de contenidos</b> .....	<b>vii</b>
Índice de tablas .....	xiii
Índice de figuras.....	xviii
Índice de anexos.....	xx
<b>1. Título</b> .....	<b>1</b>
<b>2. Resumen</b> .....	<b>2</b>
2.1 Abstract.....	3
<b>3. Introducción</b> .....	<b>4</b>
<b>4. Marco Teórico</b> .....	<b>6</b>
4.1 Fundamentos Referenciales.....	6
4.2 Fundamentos teóricos.....	8
4.2.1 Historia del aguacate.....	8
4.2.2 Etimología de la Palabra.....	8
4.2.3 Procedencia del aguacate.....	9

4.2.4	Clasificación Botánica.....	9
4.2.5	Raza o grupos Ecológicos. ....	9
4.2.6	Composición química de la semilla de Persea americana Mill. ....	10
4.2.7	Beneficios del consumo de la semilla del aguacate para la salud. ....	10
4.2.8	Empresa. ....	11
4.2.9	Clasificación de las empresas. ....	11
4.2.10	Proyecto de Factibilidad. ....	14
4.2.11	Ciclo del proyecto.....	14
4.3	El contenido de un proyecto de inversión .....	18
4.3.1	Estudio de Mercado.....	18
4.3.2	Estudio Técnico. ....	23
4.3.3	Estudio financiero.....	36
4.4	Marco Conceptual. ....	48
4.4.1	Cándida.....	48
4.4.2	Antioxidantes.....	48
4.4.3	Subproductos. ....	48
4.4.4	Fibra dietética .....	48
4.4.5	Cuantificados.....	48
4.4.6	Flujos de efectivo. ....	49
4.4.7	Indicadores financieros.....	49
4.4.8	Estudios de Pre-factibilidad.....	49



4.4.9	Estudios de Factibilidad .....	49
<b>5.</b>	<b>Metodología. ....</b>	<b>51</b>
5.1	Área de Estudio. ....	51
5.2	Enfoque de la Investigación. ....	51
5.3	Método de investigación.....	52
5.4	Tipo de Investigación. ....	52
5.5	Diseño de la investigación.....	52
5.6	Técnicas de recolección de Información .....	52
5.7	Población de estudio.....	53
5.8	Proyección de la población.....	53
5.9	Muestra .....	54
5.10	Desarrollo .....	54
5.11	Procedimiento.....	55
<b>6.</b>	<b>Resultados.....</b>	<b>57</b>
6.1	Análisis e interpretación de las encuestas aplicada a las familias permanentes y flotantes de la parroquia.....	57
<b>7.</b>	<b>Discusión:.....</b>	<b>72</b>
7.1	Estudio de Mercado.....	72
7.1.1	Producto principal .....	72
7.1.2	Producto secundario .....	72
7.1.3	Producto sustituto .....	72
7.1.4	Producto complementario.....	72

7.1.5	Mercado demandante.....	73
7.2	Análisis de la demanda.....	73
7.2.1	Demanda potencial .....	74
7.2.2	Demandad Real.....	77
7.2.3	Demanda Efectiva.....	81
7.2.4	Análisis de la oferta .....	84
7.2.5	Proyección de la oferta .....	85
7.2.6	Demanda insatisfecha .....	86
7.2.7	Comercialización del Producto.....	87
7.2.8	Promoción y Publicidad. ....	90
7.3	Estudio Técnico. ....	90
7.3.1	Tamaño Del Proyecto. ....	91
7.3.1	Porcentaje de participación en el mercado. ....	93
7.3.2	Localización .....	93
7.3.3	Ingeniería del Proyecto.....	97
7.3.4	Distribución Física de la Planta. ....	102
7.3.5	Diagrama de flujo. ....	104
7.4	Estudio Organizacional. ....	107
7.4.1	Organización Jurídica.....	108
7.4.2	Base Legal .....	108
7.4.3	Filosofía empresarial .....	110

7.4.4	Estudio Administrativo.....	111
7.4.5	Organigramas. ....	112
7.5	Estudio Financiero.....	118
7.5.1	Inversión .....	119
7.5.2	Resumen de Activos Fijos .....	121
7.5.3	Depreciación de los Activos Fijos.....	121
7.6	Amortización de Activos Diferidos.....	122
7.6.1	Resumen activo Circulante.....	130
7.6.2	Fuentes de Financiamiento .....	131
7.6.3	Determinación de Costos y Cálculo de Ingresos.....	132
7.6.4	Presupuesto de costos Proyectado .....	132
7.6.5	Punto de Equilibrio.....	135
7.6.6	Estado de Pérdidas y Ganancias.....	138
7.7	Evaluación Financiera. ....	139
7.7.1	Flujo de caja .....	139
7.7.2	Valor Actual Neto.....	139
7.7.3	Tasa Interna de Retorno.....	141
7.7.4	Periodo de Recuperación de Capital.....	142
7.7.5	Relación Beneficio Costo.....	143
7.7.6	Análisis de Sensibilidad.....	144
<b>8.</b>	<b>Conclusiones.....</b>	<b>147</b>

<b>9.</b>	<b>Recomendaciones.....</b>	<b>149</b>
<b>10.</b>	<b>Bibliografía.....</b>	<b>150</b>
<b>11.</b>	<b>Anexos.....</b>	<b>155</b>

## Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b> Proyección de población por familias de la parroquia San Pedro de Vilcabamba .....	54
<b>Tabla 2.</b> Ingresos mensuales de las familias de la parroquia San Pedro de Vilcabamba. ....	57
<b>Tabla 3.</b> Consumo de condimentos por parte de las familias permanentes y flotantes de la parroquia San Pedro de Vilcabamba .....	58
<b>Tabla 4.</b> Compra de condimento por parte de las familias permanentes y flotantes de la localidad.....	58
<b>Tabla 5.</b> Compra Anual del condimento en las familias permanentes y flotantes de San Pedro de Vilcabamba .....	60
<b>Tabla 6.</b> Precio de compra por condimento de 50 gramos.....	61
<b>Tabla 7.</b> Lugar de adquisición de los condimentos .....	61
<b>Tabla 8.</b> Escala de valoración del condimento.....	62
<b>Tabla 9.</b> Conocimiento de beneficios del consumo de la pepa de aguacate .....	63
<b>Tabla 10.</b> Aprobación del producto por parte de las familias de la parroquia .....	64
<b>Tabla 11.</b> Presentación del producto .....	64
<b>Tabla 12.</b> Consumo Anual de condimento de 50 gramos de las familias permanentes y flotantes.....	65
<b>Tabla 13.</b> Frasco de contención del condimento.....	66
<b>Tabla 14.</b> Determinación del medio de distribución .....	67
<b>Tabla 15.</b> Razón de consumo del condimento .....	68
<b>Tabla 16.</b> Frecuencia de uso de red.....	69
<b>Tabla 17.</b> Tiendas que venden condimentos .....	70
<b>Tabla 18.</b> Unidades vendidas Semanalmente de condimento .....	70

<b>Tabla 19.</b> Familias proyectadas.....	73
<b>Tabla 20.</b> Promedio de consumo anual de condimento de semilla de aguacate de las familias permanentes. ....	74
<b>Tabla 21.</b> Determinación de la demanda potencial de consumo de las familias permanentes en frascos de 50 gramos.....	75
<b>Tabla 22.</b> Promedio de consumo anual de condimento de semilla de aguacate de las familias flotantes.....	76
<b>Tabla 23.</b> Determinación de la demanda potencial de consumo de las familias flotantes en frascos de 50 gramos .....	77
<b>Tabla 24.</b> Demanda potencial en frascos de 50 gramos .....	77
<b>Tabla 25.</b> Promedio de consumo anual de condimento de semilla de aguacate de las familias permanentes .....	78
<b>Tabla 26.</b> Determinación de la demanda real de consumo de las familias permanentes en frascos de 50 gramos.....	79
<b>Tabla 27.</b> Promedio de consumo anual de condimento de semilla de aguacate de las familias .....	80
<b>Tabla 28.</b> Determinación de la demanda real de consumo de las familias flotantes en frascos de 50 gramos.....	80
<b>Tabla 29.</b> Total demanda real en frascos de 50 gramos .....	81
<b>Tabla 30.</b> Promedio de consumo anual de condimento de semilla de aguacate de las familias permanentes. ....	82
<b>Tabla 31.</b> Determinación de la demanda efectiva de consumo de las familias permanentes en frascos de 50 gramos.....	83
<b>Tabla 32.</b> Promedio de Consumo Anual en frascos de 50 gramos de las familias flotantes.....	83

<b>Tabla 33.</b> Determinación de la demanda efectiva de consumo de las familias flotantes en frascos de 50 gramos.....	84
<b>Tabla 34.</b> Total de la demanda efectiva de 50 gramos de las familias flotantes y permanentes. ....	84
<b>Tabla 35.</b> Cálculo de la oferta actual .....	85
<b>Tabla 36.</b> Proyección de la Oferta.....	86
<b>Tabla 37.</b> Cálculo de la Demanda Insatisfecha .....	87
<b>Tabla 38.</b> Presupuestos de publicidad .....	90
<b>Tabla 39.</b> Capacidad Instalada .....	92
<b>Tabla 40.</b> Capacidad utilizada.....	92
<b>Tabla 41.</b> Porcentaje de la capacidad utilizada .....	93
<b>Tabla 42.</b> Porcentaje de Participación en el mercado .....	93
<b>Tabla 43.</b> Matriz de factores de localización para la empresa .....	96
<b>Tabla 44.</b> Equipos y materiales de producción .....	98
<b>Tabla 45.</b> Muebles y enseres .....	99
<b>Tabla 46.</b> Equipo de Oficina .....	100
<b>Tabla 47.</b> Equipo de computo .....	101
<b>Tabla 48.</b> Útiles de aseo .....	101
<b>Tabla 49.</b> Simbología del Diagrama de Flujo del Proceso.....	103
<b>Tabla 50.</b> Diagrama de procesos para la elaboración del condimento de semilla de aguacate.....	104
<b>Tabla 51.</b> Manual de Función de los socios.....	114
<b>Tabla 52.</b> Manual de función del gerente.....	115
<b>Tabla 53.</b> Manual de Funciones del Asesor Jurídico .....	116
<b>Tabla 54.</b> Manual de función del Contador.....	117

<b>Tabla 55.</b> Manual de Función del Obrero .....	118
<b>Tabla 56.</b> Presupuesto de Maquinaria .....	119
<b>Tabla 57.</b> Presupuesto de Muebles y Enseres .....	120
<b>Tabla 58.</b> Presupuesto de equipo de cómputo.....	120
<b>Tabla 59.</b> Presupuesto de Reinversión .....	121
<b>Tabla 60.</b> Vehículo de la empresa.....	121
<b>Tabla 61.</b> Resumen de activos Fijos.....	121
<b>Tabla 62.</b> Depreciación de los Activos Fijos .....	122
<b>Tabla 63.</b> Inversiones de Activo Diferido.....	122
<b>Tabla 64.</b> Amortización de Activos Diferidos .....	122
<b>Tabla 65.</b> Materia Prima Directa.....	124
<b>Tabla 66.</b> Materia Prima Indirecta .....	125
<b>Tabla 67.</b> Indumentaria de trabajo .....	125
<b>Tabla 68.</b> Servicios Básicos .....	126
<b>Tabla 69.</b> Servicio de Internet.....	126
<b>Tabla 70.</b> Arriendo de local.....	126
<b>Tabla 71.</b> Suministros de Oficina.....	127
<b>Tabla 72.</b> Útiles de Aseo .....	127
<b>Tabla 73.</b> Mantenimiento de maquinaria y Equipo.....	128
<b>Tabla 74.</b> Combustible y mantenimiento de vehículo.....	128
<b>Tabla 75.</b> Publicidad de la Empresa.....	128
<b>Tabla 76.</b> Insumos de seguridad.....	129
<b>Tabla 77.</b> Sueldo de Mano de obra .....	129
<b>Tabla 78.</b> Sueldos administrativos .....	130
<b>Tabla 79.</b> Resumen Activo Circulante .....	130



<b>Tabla 80.</b> Resumen de Activos. ....	130
<b>Tabla 81.</b> Financiamiento interno y externo del proyecto .....	131
<b>Tabla 82.</b> Tabla de Amortización del Crédito.....	132
<b>Tabla 83.</b> Presupuestos de Costos totales.....	133
<b>Tabla 84.</b> Costo Unitario de Producción.....	134
<b>Tabla 85.</b> Precio de venta del producto.....	134
<b>Tabla 86.</b> Ingreso de Ventas.....	135
<b>Tabla 87.</b> Clasificación de Costos.....	136
<b>Tabla 88.</b> Punto de Equilibrio del Primer Año.....	135
<b>Tabla 89.</b> Punto de equilibrio para el quinto año .....	137
<b>Tabla 90.</b> Estado de Perdidas Y Ganancias.....	138
<b>Tabla 91.</b> Flujo de Caja .....	139
<b>Tabla 92.</b> Valor Actual Neto .....	140
<b>Tabla 93.</b> Tasa Interna de Retorno .....	141
<b>Tabla 94.</b> Periodo de Recuperación de Capital .....	142
<b>Tabla 95.</b> Relación Beneficio Costo .....	143
<b>Tabla 96.</b> Análisis de Sensibilidad con el Incremento del 8,80 % en los Costos .....	144
<b>Tabla 97.</b> Análisis de Sensibilidad con el Incremento del 7,15 % en los Costos .....	145

## Índice de figuras

<b>Figura 1.</b> Mapa de la parroquia San Pedro de Vilcabamba .....	51
<b>Figura 2.</b> Ingresos Mensuales de las familias permanentes y flotantes de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba. ....	57
<b>Figura 3.</b> Consumo de condimentos por parte de las familias permanentes y flotantes de la parroquia San Pedro de Vilcabamba .....	58
<b>Figura 4.</b> Consumo de condimento por parte de las familias de la localidad .....	59
<b>Figura 5.</b> Compra Anual del condimento en las familias permanentes y flotantes de San Pedro de Vilcabamba .....	60
<b>Figura 6.</b> Precio de compra por condimento de 50 gramos. ....	61
<b>Figura 7.</b> Lugar de adquisición de los condimentos .....	62
<b>Figura 8.</b> Escala de valoración del producto.....	62
<b>Figura 9.</b> Conocimiento de beneficios del consumo de la pepa de aguacate.....	63
<b>Figura 10.</b> Aprobación del producto por parte de las familias de la parroquia.....	64
<b>Figura 11.</b> Presentación del producto .....	65
<b>Figura 12.</b> Consumo Anual de condimentos de las familias permanentes y flotantes	66
<b>Figura 13.</b> Frasco de contención del condimento .....	67
<b>Figura 14.</b> Determinación del medio de distribución .....	67
<b>Figura 15.</b> Razón de consumo del condimento.....	68
<b>Figura 16.</b> Frecuencia de uso de red .....	69
<b>Figura 17.</b> Tiendas que venden condimentos den la parroquia San Pedro de Vilcabamba .....	70
<b>Figura 18.</b> Unidades vendidas Semanalmente de condimento .....	71
<b>Figura 19.</b> Logotipo de la empresa .....	88
<b>Figura 20.</b> Presentación del frasco de contenido del condimento.....	88

<b>Figura 21.</b> Post para la publicidad en redes sociales.....	90
<b>Figura 22.</b> Mapa ubicación Cantón Loja .....	94
<b>Figura 23.</b> Microlocalización de la empresa.....	97
<b>Figura 24.</b> Distribución de la planta.....	103
<b>Figura 25.</b> Diagrama de flujo.....	105
<b>Figura 26.</b> Organigrama estructural.....	112
<b>Figura 27.</b> Organigrama Funcional.....	113
<b>Figura 28.</b> Organigrama Posicional. ....	113
<b>Figura 29.</b> Punto De Equilibrio En Función De Las Ventas Y Capacidad Instalada del año 1.....	136
<b>Figura 30.</b> Punto De Equilibrio En Función De Las Ventas Y Capacidad Instalada .....	138

## Índice de anexos

<b>Anexo 1.</b> Modelo de encuesta a demandantes .....	155
<b>Anexo 2.</b> Modelo de encuesta a los oferentes.....	157
<b>Anexo 3.</b> Certificado de traducción del resumen.....	158

## **1. Título**

“Factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de condimento de pepa de aguacate en la parroquia San Pedro de Vilcabamba de la provincia y cantón de Loja.”

## 2. Resumen

La aceptación y viabilidad de un nuevo producto en el mercado se lo puede determinar mediante un proyecto de factibilidad, para la realización del presente se planteó objetivos como: la realización del estudio de mercado para determinar la oferta y demanda: el estudio técnico para determinar el tamaño de la empresa, la localización, ingeniería y requerimientos del proyecto; el estudio organizacional para elaborar el diseño organizacional de la empresa; mientras que para conocer las inversiones necesarias para la creación de la empresa de condimento se realizó la evaluación financiera; la investigación tuvo un enfoque cuantitativo, de método deductivo, de tipo exploratoria y descriptivo y diseño no experimental; para la recolección de información fue necesario aplicar técnicas e instrumentos; en el estudio de mercado se determinó una demanda insatisfecha de 12.462 frascos de condimento de semilla de aguacate de 50 gramos por año, la capacidad utilizada es de 12.375 unidades, el costo por frasco es de \$1,91; su precio de venta de \$2,50, los ingresos por ventas serán de \$30.937,50; en el primer año se obtuvo un punto de equilibrio del 70% en función a la capacidad y de \$21.682,62 en función a las ventas, los indicadores de la evaluación financiera se determinó lo siguiente: el Valor actual neto (VAN) es de \$7.290,61; la tasa interna de retorno (TIR) es de 40,55%; el Periodo de Recuperación de Capital es de 4 años, 9 meses y 4 días; la Relación Beneficio Costo es de 1,24; el análisis de sensibilidad (AS) determinó que soporta un incremento de costos de 8,80% y una disminución de 7,15%, en base a esta información se pudo determinar que el proyecto es factible.

***Palabras clave:*** Factibilidad, semilla, aguacate, inversión, proyecto.

## **2.1 Abstract**

The approval and viability of a new product in the market can be determined by means of a feasibility project. In order to carry out this project, the following objectives were proposed: to carry out a market study to determine supply and demand; the technical study to determine the size of the company, the location, engineering and requirements of the project; the organizational study to elaborate the organizational design of the company; while the financial evaluation was carried out to determine the necessary investments for the creation of the seasoning company; the research had a quantitative approach, the market study determined an unsatisfied demand of 12,462 jars of avocado seed seasoning of 50 grams per year, the capacity used is 12,375 units, the cost per jar is \$1.91; its selling price is \$2.00 per year, the capacity used is 12,375 units, the cost per jar is \$1.91; its selling price is \$2.00 per year. 462 jars of avocado seed seasoning of 50 grams per year, the capacity used is 12,375 units, the cost per jar is \$1.91; its selling price is \$2.50, the income from sales will be \$30,937.50; in the first year a break-even point of 70% was obtained based on the capacity and \$21. 682.62 based on sales; the financial evaluation indicators were determined as follows: the Net Present Value (NPV) is \$7,290.61; the Internal Rate of Return (IRR) is 40.55%; the Capital Recovery Period is 4 years, 9 months and 4 days; the Benefit-Cost Ratio is 1.24; the Sensitivity Analysis (SA) determined that it supports a cost increase of 8.80% and a decrease of 7.15%; based on this information it was determined that the project is feasible.

**Key words:** Feasibility, seed, avocado, investment, project.

### 3. Introducción

Los proyectos de inversión tienen una gran importancia en la implementación de una empresa, ya que mediante el mismo se puede conocer de manera exacta, si en el mercado, en el cual se plantea efectuar el proyecto será aceptado y viable, motivo por el cual es recomendable que emprendedores realicen este tipo de proyecto.

El aguacate es una fruta muy apetecida en nuestro país, sobre todo en la provincia de Loja, ya que los platos típicos se complementan con esta fruta, el desconocimiento de las propiedades y los aportes que genera en el organismo al consumir el núcleo del aguacate ha sido el principal motivo para botar la semilla causando el desperdicio de una gran fuente de nutrientes para el organismo.

El hueso de aguacate tiene un alto contenido de potasio, antioxidantes y compuesto fenólicos haciendo de la semilla un ingrediente que se lo puede consumir de varias maneras, por ejemplo: al rallarla, secarla, molerla, puede ser utilizada en ensaladas, además de utilizarla para té, como también en comidas y bebidas, aportando con varios beneficios para el cuerpo que ayudan a reducir el riesgo de múltiples enfermedades, estas razones han sido consideradas como opción para el aprovechamiento y desarrollo de nuevos productos, la creación de una empresa dentro del mercado impulsa al desarrollo productivo, mediante la utilización de la materia prima que se produce y desecha por falta de conocimiento de sus propiedades.

Es por esta razón que la investigación se realiza con el objetivo principal de determinar la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de condimento elaborado a base de pepa de aguacate en la parroquia San Pedro de Vilcabamba, además del planteamiento de objetivos específicos tales como, el estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo y estudio financiero; con los resultados se desarrolló el informe de la investigación que consta de los siguientes aspectos:

El **tema** que representa el nombre del estudio y el área de investigación, el **resumen** en el cual se describe a breves rasgos los diferentes resultados obtenidos en la investigación,



la **introducción** ofrece un preámbulo del tema a ser tratado; el **marco teórico** está compuesto por el marco referencial, que señalan algunos estudios realizados por otros autores, mismos que contienen estructuras similares con diferentes resultados debido a sus investigaciones; la **metodología** permite conocer el direccionamiento, las técnicas y procedimientos que son útiles para el desarrollo de la investigación en la recolección, en los **resultados** se encuentra los análisis e interpretación de los datos obtenidos en el trabajo de campo, la **discusión** contiene el estudio de mercado el mismo que está conformado por elementos importantes de análisis como: la oferta, demanda y demanda insatisfecha, el estudio técnico describe el equipo necesario, que se ajusta a las necesidades de la empresa además de la ubicación y distribución de la planta, en el estudio organizacional se presenta la estructura administrativa de la empresa así como su base legal considerado normativas, procesos y requisitos para el funcionamiento de la misma, el estudio financiero da a conocer el total de las inversiones para la implementación de la empresa, así como su rentabilidad económica, mediante la aplicación de los indicadores se determina la viabilidad y rentabilidad de la investigación, en base a esto se presentan las respectivas **conclusiones** que van en función de todo el proyecto realizado y sus **recomendaciones** en donde se detalle las sugerencias del proyecto mismas que son importantes y que van dirigidas al inversionista ; en la **bibliografía** se encuentra las fuentes de investigación que se utilizaron para el desarrollo del Trabajo de Integración Curricular y finalmente los **anexos** donde se encuentran todos los documentos que se utilizaron para el desarrollo del trabajo, mismos que son respaldo de la información presentada en el proyecto.

## **4. Marco Teórico**

### **4.1 Fundamentos Referenciales.**

Pacheco & Zhizhpon (2021) en su proyecto titulado “Elaboración de condimentos con base en semillas y cáscaras de frutas para su aplicación en platos tradicionales ecuatorianos” cuyo objetivo es: la elaboración y aplicación de condimentos a partir de las semillas y cáscaras de fruta aplicados a platos tradicionales de la gastronomía ecuatoriana, con el fin de conocer y extender el uso de las mismas, debido a que dentro del ámbito gastronómico ha sido limitado, desconociendo las propiedades y beneficios que estas pueden ofrecer, para lo cual se utilizarían una revisión bibliográfica, además de la metodología cualitativa, la misma que le permitirá conocer de manera más clara y precisa las características organolépticas que contienen las semillas y cascarás de frutas, seguidamente utilizaría la metodología cuantitativa, la que desarrollaron con una prueba piloto con un grupo de 15 personas para determinar la aceptación del consumo y preferencias de los condimentos.

Granda (2016) en su proyecto titulado “Proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa de salsa de aguacate (persea americana) empacado al vacío y su comercialización en la ciudad de Loja” cuyo objetivo es analizar la factibilidad para la creación de una empresa de salsa de aguacate (persea americana) empacado al vacío y su comercialización en la ciudad de Loja, manifiesta que para la elaboración de su producto utiliza 355.404 aguacates del cual obtendrá 177.702 unidades de 235 gramos, esto se debe a que se utilizara aguacates de peso de 200 gramos en donde el 60% representa la pulpa, 21% la pepa y el 19% la corteza, tomando en cuenta los diferentes presupuestos la inversión requerida es de \$ 45.117,15 para poner en marcha la empresa de salsa de aguacate, se conoce que los abastecedores de materia prima serían los proveedores de aguacates que llegan a los centros de abastos, a través del método deductivo llegó a aspectos particulares, mediante esta forma recopiló información general sobre el proceso que conlleva cada uno de los diferentes estudios o fases del proyecto y poder determinar la factibilidad del proyecto en relación a los

resultados obtenidos, por otra parte el método inductivo lo utilizó para tomar información proveniente de datos obtenidos a través de las técnicas de investigación, el que le permitió llegar a conclusiones y recomendaciones generales donde se determina la factibilidad o no del proyecto, mediante el método estadístico reunió, organizó y analizó los datos numéricos de la tabulación de la encuesta, el método analítico le permitió recolectar la información para su respectivo análisis e interpretación de datos, sin descartar que también analizó los diferentes indicadores económicos, financieros que uso en la evaluación financiera para determinar la factibilidad del proyecto.

Llangarí (2013) en su “Proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de condimentos y especias en el cantón Riobamba” tuvo como objetivo determinar la factibilidad de producción y comercialización de condimentos y especias no tradicionales en el Cantón Riobamba, para determinar estos puntos en el proyecto, utilizó los métodos exploratorio y descriptivo, ya que los mismos contribuyen a la observación actual de hechos, fenómenos y casos en el ámbito de la producción y comercialización de condimentos y especias no tradicionales, además, realizó consultas a varias fuentes bibliográficas sean libros técnicos que hagan referencia a la producción y comercialización de condimentos y especias no tradicionales, investigación de mercado, proyectos de inversión e información tomada de Internet, en este proyecto se utilizó la técnica de la encuesta con la finalidad de obtener datos que les permitió obtener un criterio sobre el consumo de condimentos y especias. Para ello, estableció su universo de investigación y el tamaño de la muestra para determinar cuál será el número de personas a encuestarse, para su micro localización consideró los siguientes aspectos: la cercanía a los mercados e insumos, también consideró las condiciones del transporte, la disponibilidad de servicios, en el proyecto tomó en cuenta 7 fases para el proceso de producción que son: selección, recepción de la materia prima y de los insumos, molienda de especias, mezcladora, pasta, armado de cajas y el empaclado.

Toapanta & Vega (2022) en su proyecto “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la extracción y comercialización de aceite de aguacate en el Distrito Metropolitano De Quito” en el cual tuvo como objetivo la elaboración de un estudio técnico y económico para la determinación de la factibilidad de creación de una empresa dedicada a la extracción y comercialización de aceite de aguacate, el mismo que para determinar estos puntos en el proyecto, aplicaron la investigación descriptiva, el tipo de método que se aplico es el inductivo, las técnicas de investigación utilizadas son: la observación de campo, investigación bibliográfica y la encuesta; la planta de la empresa requerida es de 80 metros cuadrados, la inversión inicial del proyecto es de \$ 129.882,96 para producir 259.200 litros de aceite al año en sus presentaciones de 1 litro, 500ml y 250ml, para ello la materia prima utilizada es de 400 aguacates mensuales, el proyecto consta de 12 procesos de producción.

## **4.2 Fundamentos teóricos.**

### **4.2.1 Historia del aguacate.**

Garbanzo (2011) manifiesta que:

El aguacate es originario de las regiones tropicales y subtropicales de Centroamérica y México. Desde los tiempos precolombinos esta fruta es consumida por las poblaciones indígenas, siendo de gran importancia tanto para la civilización Maya como Azteca, luego se extendió a Florida, California y a varios países sudamericanos, donde se generaron mejoras genéticas tanto en factores agronómicos como de calidad, luego se dispersó a varias regiones del mundo donde existían las condiciones ecológicas para su desarrollo (p. 19).

### **4.2.2 Etimología de la Palabra**

Según Serrano (2010) menciona que:

Para Santiago I. Barberena, la palabra aguacate es la síntesis de tres palabras Quiches cuyo significado es muy expresivo y adecuado que son los siguientes: a=este, que las

veces de artículo, Va = se pronuncia agua y significa comida gatoh que es festín, en otras palabras, a + va+ qatoho aguacatoj quiere decir majar de festín, el cual hace referencia al aprecio de los Quiches que tenían por la mantequilla vegetal.

Por otra parte, Villanueva & Verti (2007) afirma que “su nombre se deriva de ahucatl, palabra náhuatl que significa “testículos del árbol”. En Perú, se le conoce como palta o palto que proviene de la voz quichua palta” (p, 2)

#### **4.2.3 Procedencia del aguacate.**

Según Pérez, Ávila, & Coto (2015) manifiesta que:

El aguacate es originario de las regiones tropicales y subtropicales de Centroamérica y México, los arqueólogos encontraron semillas de Persea en Perú, las cuales fueron enterradas con momias incas que datan hasta del año 750 a.C. y hay evidencias de que su cultivo en México es tan temprano como en el 1 500 a.C. Después de la llegada de los españoles y de la conquista de América, la especie se diseminó a otros lugares del mundo (p. 112).

#### **4.2.4 Clasificación Botánica.**

En cuanto a la clasificación se menciona que el “**nombre científico** es persea americana de la **familia** Lauraceae de **genero** persea y de **especie** Americana” (Garbanzo, 2011)

#### **4.2.5 Raza o grupos Ecológicos.**

Garbanzo (2011) hace referencia a tres razas que son las siguientes:

**Mexicana:** Pertenece algunas variedades de altura como Ettnguer y Puebla, su característica principal es que las hojas despiden un olor de anís al triturarlas;

**Guatemalteca:** Las variedades de esta raza se adaptan a zonas altas e intermedias (Hass, Fujikawa, Pinkerton); **Antillana:** Pertenece a estas algunas variedades de bajura (Catalina) conocer la raza permite saber a que altitud se puede sembrar la

variedad seleccionada, cabe mencionar que se ha extendido el cultivo de esta fruta por todo el mundo tropical y por las tierras mediterráneas.

En la actualidad esta planta se encuentra cultivada en varias zonas del territorio ecuatoriano.

#### **4.2.6 Composición química de la semilla de Persea americana Mill.**

Vivero, Valenzuela, Valenzuela, & Morales (2019) mencionan que:

La semilla de palta, ha mostrado ser rica en potasio y antioxidantes debido a su alta concentración de compuestos fenólicos en relación a la pulpa. Las semillas de palta son una potencial fuente de fibra siendo, además, un componente del fruto de interés para la obtención de otros subproductos vegetales además de fibra dietética poniendo como ejemplo que, para la extracción de aditivos alimentarios, entre ellos antioxidantes, agentes espesantes, colorantes, aromatizantes e incluso antimicrobianos.

Por otra parte, señalan que, la composición química de la semilla de Persea americana Mill, contiene “humedad de 56.04 %, lípidos (1.87 %), proteína (1.95 %), cenizas (1.87 %), fibra (5.10 %) y 33.17 % de carbohidratos y almidón. Esta semilla aporta por encima del 70% de la actividad antioxidante” Gómez y otros (2017).

#### **4.2.7 Beneficios del consumo de la semilla del aguacate para la salud.**

Las semillas se pueden consumir de muchas maneras: se pueden secar, rallar, moler, tostar, rostizar y comer. Según Salas (2015) manifiesta que:

Se pueden comer en ensaladas, beber en té, smoothies y licuados o consumirse solas (si no les importa el sabor amargo). Agregarlo a cualquier comida o bebida le aporta más nutrición. La semilla de aguacate es un antimicrobiano muy eficaz por excelencia, anti fúngico y excelente antibiótico por naturaleza. De igual manera posee la cualidad de impedir la aparición de la candida u otras clases de hongos y de igual forma protege contra el mosquito que produce la fiebre amarilla. La semilla del aguacate contiene

una altísima cantidad de fibra dietética, lo cual permite la unificación del colesterol en el tracto intestinal, impidiendo que este se absorba; es por esta razón que el extracto de la semilla de aguacate es bastante recomendado para protegernos de lo que es la placa bacteriana, la semilla de aguacate ayuda a subir las defensas del cuerpo, por lo cual el sistema inmune se mantendrá siempre fuerte. También la semilla de aguacate actúa como antiinflamatorio, por lo que es ideal para personas con enfermedades de artritis. Para mejorar más, la semilla es capaz de aliviar muchos problemas estomacales como inflamación del tracto gastrointestinal y alivia diarreas. Por lo tanto, el uso de la semilla del aguacate está previniendo deformaciones de úlceras gástricas, de enfermedades virales y bacterianas (p. 487).

#### **4.2.8 Empresa.**

Porto & Gardey (2008) definen a la empresa como:

“Unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los factores productivos (trabajo, tierra y capital)”

#### **4.2.9 Clasificación de las empresas.**

La clasificación de las empresas según la autora Peña (2020) se la detalla a continuación:

##### **a) Según su forma jurídica**

La forma jurídica de una empresa es la identidad que asume legalmente una compañía teniendo en cuenta la titularidad y la responsabilidad de sus propietarios.

**Persona física:** esta empresa se constituye por un emprendedor o un autónomo, que cotizará mensualmente su boletín de autónomo y será el máximo responsable de cualquier deuda de la compañía respondiendo con su patrimonio profesional y personal, al igual, que también será quien obtenga la totalidad de los beneficios.

**Varias personas (personas físicas y personas jurídicas):** es la unión de varias personas que se unen para desarrollar un negocio conjunto, en el caso de personas físicas, podrán constituir sociedades civiles o comunidades de bienes, las cuales, serán las responsables de las deudas.

**Unión Temporal de empresas:** similar a la anterior, pero en el caso de personas jurídicas, que se unen para llevar a cabo una unidad productiva.

**Persona jurídica o sociedad:** su objeto es la realización de una actividad comercial con ánimo de lucro, donde se unen uno o más individuo para conseguir unos beneficios. Los tipos de sociedades dependerá de la relación entre los socios, la responsabilidad, el riesgo y el objeto social de la misma.

#### **b) Clasificación de las empresas según su tamaño**

Este tipo de clasificación de las empresas según su tamaño viene fijado por el Reglamento de la Unión Europea nº 651/2014, y consiste en:

**Grandes empresas:** son las que manejan grandes capitales, suelen tener propias instalaciones, sus ventas son superiores a 50 millones de euros y tienen más de 250 trabajadores, tienen un sistema de administración avanzado y préstamos importantes con entidades financieras nacionales e internacionales.

**Medianas empresas:** su negocio es inferior a 50 millones de euros con menos de doscientos cincuenta trabajadores, tienen sus áreas definidas por funciones y sus procedimientos estarán automatizados.

**Pequeñas empresas:** tienen un volumen de negocio inferior a 10 millones de euros y menos de cincuenta trabajadores, son entidades independientes y rentables, las cuales, no predominan en el sector de la industria.



**Microempresas:** con un volumen de negocio inferior a dos millones de euros y con menos de diez trabajadores, usan sistemas de fabricación artesanales, el propietario se encarga de los asuntos administrativos, producción y ventas.

**c) Clasificación de las empresas según su capital.**

**Público:** una empresa pública es aquella donde el estado tiene la participación total o mayoritaria. Son creadas para ofrecer bienes y servicios a la población, sobre todo de primera necesidad.

**Privada:** una empresa privada es aquella que el capital proviene de personas particulares, es decir, de sociedades mercantiles.

**Mixtas:** son empresas que combinan capital público con capital privado, es decir, tendrán inversionistas privados y al Estado, aunque normalmente, la mayoría de la inversión provienen del fondo público, ya que, sus objetivos están centrados en actividades de interés público.

**d) Clasificación de las empresas según su sector económico**

**Sector primario:** dedicados a obtener productos de la naturaleza, es el sector agrario, ganadero, pesquero y minero

**Sector secundario:** dedicados a la transformación de las materias primas, es decir, sector industrial, energético, construcción, etc.

**Sector terciario:** sector servicios como transporte, comunicaciones, comercio, turismo, etc.

**Sector cuaternario:** son servicios de información y creación, investigación y desarrollo e innovación.

**e) Clasificación de las empresas según su actividad.**

Por último, la clasificación de las empresas según su actividad se pueden agrupar en tres modalidades:

**Industriales:** Son las que producen bienes o servicios a partir de su extracción o producción: Agricultura e industria.

**Servicios:** Ofrecen servicios gracias al capital humano y a los medios materiales: Empresas de transporte, asesoramiento, enseñanza y sanitaria.

**Comerciales:** No producen, se encargan de la venta de los bienes y servicios: Son intermediarios mayoristas o minoristas.

#### **4.2.10 Proyecto de Factibilidad.**

Según Luna (2001) menciona que:

El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar, si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso, además de determinar si el mismo contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente, en otros términos, la factibilidad es el grado en que lograr algo es posible o las posibilidades que tiene de lograrse.

#### **4.2.11 Ciclo del proyecto.**

Para Pasaca (2017) manifiesta que:

Un proyecto involucra la realización de un conjunto de actividades debidamente seleccionadas y evaluadas, el mismo que será ejecutado y sometido al final de su vida útil a una evaluación Ex-post y post - posterior, con cuyas conclusiones se podrá orientar a nuevos planes, cada etapa tiene una razón de ser y en ellas debe de estar involucrado todo el equipo proyectista, la estructura del ciclo debe de adaptarse a los diferentes tipos de intenciones sin constituirse en una camisa de fuerza, sino en una lógica de progresión.

Según el autor el ciclo se compone de tres etapas:

- Pre-inversión.

- Inversión.
- Operación.

La fase del ciclo del proyecto puede dividirse dependiendo de la magnitud del proyecto.

#### **4.2.11.1 Etapa de Pre-inversión.**

Rosero, Falcon y Alcívar (2019) manifiestan que:

La pre-inversión es una etapa de análisis en la que se determina la factibilidad de un proyecto en el entorno, en el mercado y en el ámbito financiero. Requiere la consulta a fuentes secundarias (estudios previos) y primarias (sujetos vinculados al proyecto), además manifiestan que someter a un proyecto a una etapa de pre-inversión; minimiza los riesgos pues caracteriza el entorno político, legal, económico, social, tecnológico y ambiental en el que se desarrollará el proyecto; así como el mercado meta y sus características geográficas, demográficas y conductuales. Además, también se analizan los recursos físicos, tecnológicos y humanos necesarios; mismos que son cuantificados en presupuestos para establecer flujos de efectivo resultantes e indicadores financieros que establezcan la rentabilidad y el periodo de recuperación de la inversión de los recursos a invertirse.

Esta etapa está compuesta por cuatro estudios:

- Identificación de ideas.
- Perfil.
- Prefactibilidad.
- Factibilidad.

##### **a. Identificación de Ideas.**

El autor Pasaca (2017) manifiesta que nace de las necesidades del hombre, las mismas que a través de medidores de satisfacción han descubierto las maneras de implementar

productos que satisfacen las necesidades de las personas, los mismos que obligan a las personas a emprender en proyectos de solución de las personas.

#### **b. Estudio a Nivel Perfil**

En esta fase según el autor esta se plantea el conocimiento sobre los aspectos que permiten tener un criterio técnico sobre la oportunidad de ejecutar la idea sobre el proyecto, en este estudio se debe contemplar un análisis preliminar de aspectos como el estudio de mercado, técnico, financiero y evaluación financiera, además de contar con una información de calidad ya que es necesario para reducir la incertidumbre, sin incurrir en costos adicionales.

#### **c. Estudio de prefactibilidad.**

En esta etapa se profundiza los estudios realizados a nivel del perfil, aquí se analiza en mayor detalle las alternativas que a nivel de perfil se estimó como viables desde un punto de vista técnico, económico y social, es posible en este punto desechar las que aparecen menos factibles y seleccionar para ser analizadas con mayor profundidad aquellas que parecen con mejores perspectivas.

#### **d. Estudio de Factibilidad.**

Esta fase es de realización de análisis detallado de aquella alternativa seleccionada como la mejor en la etapa anterior, se requiere de una cuantificación, mas clara de los beneficios y costos que involucra ejecutarla a la evaluación de la alternativa seleccionada debe adicionarse a los aspectos relacionados con las obras físicas, tamaño localización y oportunidad de ejecución en la investigación, debe considerarse también las actividades que afectan la eficiencia en la ejecución del proyecto, como los cronogramas de desembolsos, implementación y operación del proyecto.

#### **4.2.11.2 Etapa de Inversión.**

La etapa de inversión, corresponde al proceso de implementación del proyecto, donde se materializan todas las inversiones previas a su puesta en marcha. Finalmente, la

etapa de operación es aquella en la que la inversión ya materializada está en ejecución; por ejemplo, el uso de una nueva máquina que reemplazó a otra anterior, la compra a terceros de servicios antes provistos internamente, el mayor nivel de producción observado como resultado de una inversión en la ampliación de la planta o con la puesta en marcha de un nuevo negocio (Sapag Chain, 2011).

#### **a. Proyecto de Ingeniería.**

El autor Pasaca (2017) menciona que:

En esta fase materializa la obra física de acuerdo con los estudios realizados en la etapa de pre-inversión donde para materializar un proyecto de inversión en donde se elaboran programas detallados, estudios y especialidades del proyecto donde se especifican actividades a realizar.

#### **b. Negociación de financiamiento.**

Una vez determinados los requerimientos financieros para la realización del proyecto, es necesario conocer las líneas de crédito a las que puede acceder en el mercado financiero local, nacional o internacional a su vez es necesario conocer información jurídica, organizativa y técnica, tasas de interés, plazos de amortización, garantías, avales y condiciones de pago. Pasaca (2017)

#### **c. Implementación**

En la implementación se lleva a la práctica todo lo antes recolectado teóricamente, donde se da paso a las actividades que permiten que la nueva unidad productiva este dotada de todos los recursos necesarios para su correcto funcionamiento, a su vez se realizan pruebas y ensayos con el fin de probar que todos los componentes trabajen correctamente para que la fase de operación no se produzcan percances o problemas en la planta, Pasaca (2017).

#### **4.2.11.3 Etapa de Operación.**

Esta es la última etapa del proyecto dónde Pasaca (2017) manifiesta que:

En esta etapa del proyecto, cuando se ha desarrollado la obra física diseñada en la etapa de pre inversión y ejecutada durante la inversión de acuerdo a lo programado se producen los beneficios específicos que fueron estimados durante la pre inversión (p. 25).

### **4.3 El contenido de un proyecto de inversión**

#### **4.3.1 Estudio de Mercado.**

Para Arturo & José (2009) mencionan que “el estudio de mercado tiene como objetivo básico estimar la cantidad de productos y servicios que podría adquirir el mercado al cual se desea proveer de acuerdo con el proyecto de inversión”.

Mientras que para Pasaca (2017) menciona que:

El estudio de mercado constituye el aspecto clave del proyecto ya que determina los bienes o servicios demandados por parte de la empresa, por tal motivo se necesita comprobar la existencia de un cierto número de agentes económicos que en ciertas condiciones de precios e ingresos ocasionan una demanda que justifique la puesta en marcha del proyecto.

Razón por la cual se debe detallar los productos o servicios que pretende crear, mercado a dirigirse, la ubicación geográfica, identificar la oferta y la demanda existente de materias primas.

##### **4.3.1.1 El Producto.**

Los autores Isabel & David (2006) manifiestan que el producto es “cualquier bien material, servicio o idea que posea un valor para el consumidor y sea susceptible de satisfacer una necesidad, el concepto de producto se basa más en las necesidades que satisface que en sus elementos más característicos (p, 7).

Por otra parte, Grunauer & Manguiño (2018) manifiesta que “producto es algo que puede ser ofrecido a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o necesidad, los productos incluyen más que sólo los objetos tangibles como automóviles, computadoras y celulares”

Por otra parte, el autor Ivan (2009) manifiesta que:

Un producto es el resultado de un esfuerzo creador que tiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles (empaquete, color, precio, calidad, marca, servicios y la reputación del vendedor) los cuales son percibidos por sus compradores (reales y potenciales) como capaces de satisfacer sus necesidades o deseos. Por tanto, un producto puede ser un bien (una guitarra), un servicio (un examen médico), una idea (los pasos para dejar de fumar), una persona (un político) o un lugar (playas paradisíacas para vacacionar), y existe para: 1) propósitos de intercambio, 2) la satisfacción de necesidades o deseos y 3) para coadyuvar al logro de objetivos de una organización (lucrativa o no lucrativa).

#### **4.3.1.2 Información Base.**

Para Pasaca (2017) menciona sobre la información base manifestando que:

Constituye la información recolectada de fuentes primarias que han sido recogidas mediante diferentes fuentes de información como: entrevista, observaciones, aplicación de encuestas, constatación física, etc. En el caso de las encuestas es fundamental tener claro que cuando se trabaja con poblaciones pequeñas es preferible encuestar a toda la población y cuando la población es demasiado grande o infinita conlleva a la necesidad de determinar el tamaño de la muestra (pp, 32-33).

#### **4.3.1.3 Producto Principal.**

De acuerdo con Pasaca (2017) es “la descripción pormenorizada del producto que ofrecerá la nueva unidad productiva para satisfacer las necesidades del consumidor,

destacando sus características principales, en lo posible deberá acompañarse con un dibujo a escala en el que se muestren las principales características” (p, 41)

#### **4.3.1.4 Producto Secundario.**

Para Pasaca (2017) aquí se “describe los productos que se obtiene con los residuos de materia prima cuya producción está supeditada a que el proceso lo permita ya que un proyecto no necesariamente puede obtener productos secundarios” (p, 45).

#### **4.3.1.5 Producto Sustituto.**

El autor Pasaca (2017) manifiesta que “en esta parte se debe hacer una descripción clara de los productos, tangible o intangible que pueden reemplazar al producto principal en la satisfacción de la necesidad del consumidor” (p, 44).

#### **4.3.1.6 Producto Complementario.**

Según Pasaca (2017) “un producto o servicio complementario es aquel que se debe utilizar conjuntamente con otro para poder satisfacer la demanda del consumidor” (p. 44).

#### **4.3.1.7 El Mercado.**

Para Pasaca (2017) menciona que:

En este punto se debe enfocar claramente en quienes serán los consumidores o usuarios del producto, por lo que es importante identificar las características comunes entre ellos mediante una adecuada segmentación del mercado en función de: sexo, edad, ingresos, residencia, educación, etc (p, 45).

#### **4.3.1.8 La Demanda.**

Los autores Rosero, Falcon & Alcívar (2019) manifiesta que:

Es un conjunto de consumidores interesados en consumir un producto y/o servicio en un determinado espacio de tiempo; conocer al cliente es elemental para el éxito de un proyecto puesto que permite formular estrategias efectivas para facilitar los procesos mercadológicos y de esta manera invertir los recursos de manera efectiva.



#### **4.3.1.9 Análisis de la demanda.**

Para Pereda (2021) el análisis de la demanda es:

Una práctica que proporciona a las empresas información necesaria acerca de su mercado, consiste en una herramienta estratégica extraordinaria para aportar una visión profunda del estándar de consumo de los clientes, estimar las necesidades de renovación del inventario, entre otras funciones esenciales para el buen funcionamiento de las organizaciones, así mismo se lo conoce como un intento de predecir el futuro de variables de consumo que impactan directamente en las operaciones y la productividad de un negocio. O sea, abarca las razones que impulsan a los consumidores a buscar y adquirir una solución.

De acuerdo a lo mencionado, Pasaca (2017) manifiesta que:

En análisis de la demanda permite conocer con claridad cuál es la situación de la demanda del producto, donde se analiza el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función de la cual estará el proyecto. El análisis de la demanda busca determinar y cuantificar fuerzas del mercado que actúan sobre los requerimientos de un producto. Para la realización del estudio de mercado se debe considerar los siguientes puntos de la demanda:

**Demanda Potencial.** Está constituida por la cantidad de bienes y servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto o servicio en el mercado.

**Demanda Real.** Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o se utilizan de un producto en el mercado.

**Demanda Efectiva.** Es la cantidad de bienes o servicios de la nueva unidad productiva, que son requeridos por el mercado.

**Demanda Insatisfecha.** Esta representa por la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad.

**Demanda Satisfecha.** Es la cantidad requerida por el mercado de productos o servicios, es decir, que se produce lo que requiere el mercado para satisfacer su necesidad.

#### **4.3.1.10 La Oferta.**

Para Pasaca (2017) manifiesta que “la oferta es la cantidad de bienes y servicios que los oferentes están dispuestos a colocar en el mercado para la venta a un precio determinado” (p, 48).

#### **4.3.1.11 Comercialización del producto.**

Según Pasaca (2017). “La comercialización es un proceso que hace posible que el productor haga llegar el bien o servicio proveniente de su unidad productiva al consumidor o usuario, en las condiciones óptimas de lugar y tiempo” (p, 53).

#### **4.3.1.12 La mezcla del marketing.**

Para Weinberger (2009) “la mezcla de marketing se utiliza para posicionar los productos o servicios en el mercado objetivo. La mezcla de marketing se define como las 4p: producto y servicio, precio, promoción y plaza” (p, 70).

##### **4.3.1.12.1 Desarrollo de una mezcla de marketing.**

Es todo lo que la empresa puede hacer para influir en la compra del producto razón por las cual Kotler, Philip, & Armstrong (2013) definen a las 4 P de la siguiente manera:

**Producto:** significa la combinación de bienes y servicios que la empresa ofrece al mercado meta; **Precio:** es la cantidad de dinero que los clientes deben pagar para obtener el producto; **Plaza:** incluye actividades de la empresa encaminadas a que el producto esté disponible para los clientes meta; **Promoción:** se refiere a las actividades que comunican los méritos del producto y persuaden a los clientes meta a comprarlo (pp, 52-53).

#### **4.3.1.12.2 Canales de distribución.**

Existen varios canales de comercialización que se aplican para productos de consumo masivo como para los de consumo industrial y su elección depende del productor, las rutas de cada uno son las siguientes. Para Pasaca (2017) existen los siguientes canales:

- Productor; Consumidor o usuario: cuando el productor vende directamente al consumidor o usuario final, es el canal más rápido de comercialización.
- Productor; Intermediario; consumidor: se utiliza para cubrir zonas alejadas de los lugares de producción, es uno de los más utilizados y se aplica para casi todos los productos (pp, 53-54).

#### **4.3.1.13 Análisis de la oferta.**

Según el autor Pasaca (2017):

Este punto es de vital importancia el investigar sobre la situación de los oferentes del producto, relacionados con el del proyecto, estos constituyen la competencia, por lo tanto, es fundamental conocer aspectos tales como: su capacidad instalada a efectos de saber si puede o no incrementar su producción, su producto en sí, para determinar la calidad del mismo, presentación, empaque, etc. Su tecnología para saber si se puede mejorar la calidad del producto.

#### **4.3.2 Estudio Técnico.**

De acuerdo Córdova (2011) manifiesta que:

El estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos: ¿cuánto?, ¿Dónde? ¿Cómo? y ¿Con qué producirá mi empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea éste un bien o un servicio.

Si el estudio de mercado indica que hay demanda suficiente de acuerdo a las características del producto o servicio, tamaño de la demanda y cuantificación del

volumen de venta y precio de venta, hay necesidad de definir el producto en el estudio técnico. Este determina la necesidad de capital y de mano de obra necesaria para la ejecución del proyecto, donde se puede definir:

- Por necesidad
- Por ampliación de mercado
- Por otro producto o servicio

Según Meza (2017) manifiesta que:

En el estudio técnico se pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto, o producción del servicio, para lograr los objetivos del proyecto. El objetivo principal de este estudio es determinar si es posible lograr producir y vender el producto o servicio con la calidad, cantidad y costo requerido; para ello es necesario identificar tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materias primas, procesos, recursos humanos, etc. El estudio técnico debe ir coordinado con el estudio de mercado, pues la producción se realiza para atender las ventas que se identifican en este último estudio. El estudio técnico es realizado por expertos en el campo objetivo del proyecto de inversión (ingenieros, técnicos, arquitectos, etc.) y propone definir alternativas técnicas que permitan lograr los objetivos del proyecto y se constituye en una de las etapas de la prefactibilidad que mayor atención requiere debido a que toda la arquitectura financiera del proyecto, que corresponde a la estimación de inversiones, costos e ingresos está montada sobre sus resultados.

Por otra parte, Pasaca (2017) expresa que:

El estudio técnico tiene como objetivo determinar los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción, considerando los datos proporcionados por el estudio de mercado para efectos de la determinación de la tecnología adecuada, espacio físico y recursos humanos. Para lo cual este estudio se enfoca en tres aspectos

fundamentales como: tamaño y localización, ingeniería del proyecto y diseño organizacional.

#### **4.3.2.1 Tamaño.**

Para Marcial (2011) “El tamaño es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el período de funcionamiento”, mientras que para Rojas (2007) lo define como “La capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando”

Para determinar el tamaño de planta se debe considerar aspectos como:

- Demanda existente
- Capacidad a instalar
- Capacidad a utilizar
- Abastecimiento de materia prima
- Tecnología disponible
- Necesidad de mano de obra

##### **4.3.2.1.1 Capacidad Instalada.**

Corresponde al nivel máximo de producción o prestación de servicios que los trabajadores con la maquinaria, equipos e infraestructura disponible pueden generar permanentemente. Se mide el número de unidades en una determinada unidad de tiempo para lo cual su cálculo se basa en los 365 días del año, trabajando 24/7, salvo que las especificaciones técnicas digan lo contrario padilla (2011).

##### **4.3.2.1.2 Capacidad Utilizada.**

Para el autor Pasaca (2017) manifiesta que la “capacidad utilizada constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la máquina, esta capacidad está

determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado” (p, 56).

#### **4.3.2.2 Localización.**

Determinar el lugar donde el proyecto para Córdoba (2011) logra la máxima utilidad, es decir la decisión de localización en el que se implementará la nueva unidad productiva, para lo cual deber analizarse ciertos aspectos que son fundamentales y constituyen la razón de su ubicación. Se debe considerar que estos factores no solo son económicos, sino también aquellos relacionados con el entorno empresarial y de mercado.

#### **4.3.2.3 Micro localización.**

Según Córdoba (2011), la micro localización indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida. La localización abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operará la cual se debe indicar la siguiente información:

- ✓ Cantón
- ✓ Ciudad
- ✓ Parroquia
- ✓ Barrio
- ✓ Sector
- ✓ Calles

En esta localización integra los siguientes elementos:

- ✓ Suma de costos de fletes de insumos a la planta y el producto al mercado.
- ✓ La disponibilidad y los costos relativos de los insumos.
- ✓ Estímulos fiscales, leyes, reglamentos, condiciones generales de vida, clima,

- ✓ Facilidades administrativas, factores externos, preferencias personales y ventajas sociales.

El micro análisis estudia los detalles mediante un cálculo comparativo de los costos para definir la localización óptima.

#### **4.3.2.4 Macro Localización**

La Macro Localización a su vez tiene relación con la ubicación de la empresa, donde se ubicará la nueva unidad productora, frente a un mercado de posibles incidencia regional, nacional e internacional. Para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos. Lo cual debe contar con la siguiente información:

- País Región
- Provincia
- Cantón

#### **Factores de localización.**

Este constituye todo aquel aspecto que permitirá el normal funcionamiento de la empresa, entre estos factores tenemos:

- Abastecimiento de materia prima
- Vías de comunicación adecuadas
- Disponibilidad de mano de obra calificada
- Servicios básicos indispensables

#### **4.3.2.5 Ingeniería del proyecto.**

El autor Córdova (2011) manifiesta que:

La ingeniería permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto, tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción de un proyecto cuya disposición en planta conlleva a la adopción de una determinada tecnología y la

instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad con los equipos y maquinarias elegidos. También se ocupa del almacenamiento y distribución del producto, de métodos de diseño, de trabajos de laboratorio, de empaques de productos, de obras de infraestructura y de sistemas de distribución.

De acuerdo a (Pasaca, 2017):

Esta parte del estudio tiene como función el acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver fundamentalmente con la construcción de la nave industrial, su equipamiento y las características del producto de la empresa. El objetivo de este estudio es dar una solución a todo lo que tenga que ver con: instalación y funcionamiento de la planta, indicando el proceso productivo, así como la maquinaria y equipo necesario (p, 61).

#### **4.3.2.5.1 Componente Tecnológico.**

De acuerdo a Córdova (2011) menciona que:

La tecnología es toda forma de "hacer las cosas", incluye tanto los elementos para hacer las cosas (la máquina), el operador y las relaciones entre ambos, así como otros componentes que, sin ser máquinas, permiten una transformación de un insumo en un producto y el ahorro de recursos. Sin embargo, es el procedimiento técnico utilizado en el proyecto para obtener los bienes y servicios. La función de producción se elige a través del análisis técnico económico de la tecnología existente.

En la fabricación de un producto o servicio se pueden presentar las siguientes alternativas tecnológicas:

**Proceso de mano de obra intensiva:** este proceso cuando se dispone de mano de obra barata, se requiere una cantidad pequeña de producción, hay poca disponibilidad de capital, la producción se realiza sobre pedido, y se da una producción sin tener necesidad de contar con inventarios ni mano de obra calificada.



**Proceso mecanizado:** se utiliza cuando existe un costo relativamente alto de mano de obra, hay escasez de mano de obra calificada, existen grandes pedidos del producto, es necesario cumplir normas de calidad, se presenta un incremento rápido de la demanda y un mayor requerimiento de capital de inversión.

**Proceso altamente mecanizado:** se utiliza cuando se requiere el uso de tecnologías avanzadas, la producción del bien se hace en serie, existe una demanda del bien o servicio muy amplio, hay necesidad de reducir costos de mano de obra, se requiere de supervisores calificados, es necesario contar con un departamento de ingeniería y se requiere hacer considerables inversiones.

**Proceso de robotizado o automatizado:** se utiliza cuando la producción se realiza en un ambiente de alto riesgo para el personal y existe el peligro de contaminación o intoxicación.

Para Pasaca (2017) consiste en “determinar la maquinaria y equipo adecuado a los requerimientos del proceso productivo y que esté acorde con los niveles de producción esperados de acuerdo al nivel de demanda a satisfacer” (p, 60)

#### **4.3.2.5.2 Infraestructura Física.**

Según Pasaca (2017) menciona que “es la parte física de la empresa, se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa” (p, 63).

#### **4.3.2.5.3 Distribución en planta.**

De acuerdo a Padilla (2011) menciona que los equipos principales y las instalaciones de servicio necesarias, la distribución en planta se define como la ordenación física de los elementos que constituyen una instalación sea industrial o de servicios. Esta ordenación comprende los espacios necesarios para los movimientos, el almacenamiento y todas las actividades que tenga lugar en dicha instalación, un punto

importante es que una distribución en planta puede aplicarse a una instalación ya existente o en una en proyección (p, 135).

Por otra parte, Pasaca (2017) manifiesta que es la disponibilidad de maquinaria y herramientas necesarias para el correcto desarrollo del proceso productivo. el área física de la maquinaria debe brindar las condiciones óptimas de trabajo, haciendo más económica la operación de la planta, cuidando las condiciones de seguridad industrial para el trabajador.

Además, el autor expresa que una buena distribución debe considerar los siguientes pasos

- **Control:** todos los componentes necesarios para el desarrollo del proceso productivo deben permitir su control para el trabajo armónico.
- **Movilización:** todas las actividades deben ser ejecutadas permitiendo la libre circulación del personal, sin interrumpir sus operaciones diarias.
- **Distancia:** el flujo de operaciones secuenciales debe realizarse utilizando los tiempos adecuados sin ocasionar demoras o cuellos de botella, debido a la distancia entre los recursos utilizados para las operaciones diarias.
- **Seguridad:** toda operación debe ejecutarse en condiciones que garantice la máxima seguridad al trabajador.
- **Espacio:** el espacio para poder laborar con total libertad debe ser considerado no solo en dos dimensiones, si no en forma tridimensional, esto es largo, ancho y alto.
- **Flexibilidad:** la distribución debe ser de tal forma que pueda reajustarse cuando las condiciones lo requieran, sin imposibilitar el trabajo.
- **Globalidad:** la distribución debe permitir la integración de todos los componentes del proceso productivo en un mismo ambiente.

#### **4.3.2.5.4 Proceso de producción.**

Para Pérez (2021) un proceso de producción o también llamado proceso de elaboración, es un conjunto de tareas y procedimientos que una empresa lleva a cabo para transformar ciertos materiales o factores en bienes o servicios con el objetivo de aumentar la satisfacción de los consumidores.

En cambio, para Pasaca (2017) el proceso de producción es “el proceso mediante el cual se obtendrá el producto o generará el servicio, es importante indicar que cada una de las fases del proceso, aunque no al detalle, pues en muchos casos aquello constituye información confidencial” (p,65).

##### **a) Diseño del producto**

De acuerdo a Londoño (2021) el diseño de producto se refiere a todo el proceso que ocurre para la creación de nuevas ofertas por parte de una empresa o marca. Comprende desde el análisis del problema que resuelve, pasando por su funcionamiento y materias primas, hasta la manera en que aparece a sus clientes finales.

Mientras que para Pasaca (2017) el producto fruto del proyecto debe ser diseñado de tal forma que agrupe todas las características que el consumidor desea en el para lograr la satisfacción de su necesidad, ya que para su diseño debe considerarse los gustos y preferencias de los demandantes, entre ellas están:

- Componentes
- Formas
- Medidas o dimensiones
- Presentación
- Unidad de medida
- Tiempo de vida (p, 65).

## **b) Flujograma de proceso**

Para Arias (2020) un flujograma o diagrama de flujo consiste en una figura o gráfico que representa una serie de procesos o un grupo de actividades por medio de símbolos, por tanto, la principal utilidad de un flujograma es que muestra de un solo vistazo un proceso que puede ser complejo, de esta forma, cada persona implicada en él sabe cuál es su labor. Con esto se consigue incrementar la eficiencia y reducir las posibles incidencias.

A su vez Pasaca (2017) menciona que es una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades que están en el proceso de producción. Estos difieren significativamente en cuanto a su presentación ya que no existe ni puede admitirse un esquema rígido y lo que debe quedar claro es que el flujograma debe mostrar las actividades y su secuencia lógica (p, 66)

### **4.3.2.6 Razón Social**

Para Pasaca (2017) este aspecto busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas legales que lo dirigen, utilización de productos, subproductos, patentes, etc. A su vez se toma en consideración la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, aportaciones sociales y demás obligaciones laborales (p, 68).

### **4.3.2.7 Tipo de Organización**

Para (2017) se determina el tipo de organización jurídica y se debe recurrir a lo que estipulan las leyes. Dentro de la legislación ecuatoriana se reconocen los siguientes tipos de compañías:

- La empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada
- La Compañía en Nombre Colectivo
- La Compañía de Responsabilidad Limitada
- La compañía en Comandita Simple

- La Compañía Anónima
- La compañía en Comandita por Acciones
- La compañía de Economía Mixta

Uno de los aspectos que tendrá mayor impacto en la nueva unidad productiva será la legislación tributaria, donde se deberá identificar tasas arancelarias que gravan la actividad a la que se orienta el proyecto (p,68).

Se recomienda dar un período de consideración a los aspectos jurídicos antes de avanzar en la realización de estudios e incurrir en costos de recursos y tiempo de preparación. En un proyecto de información legal debe estar sintetizada en:

- Tipo de organización jurídica
- Razón social
- Domicilio
- Objetivo o actividad a que se dedicará
- Duración de la empresa
- Capital social
- Representante Legal
- Regulaciones legales a la actividad
- Leyes que amparan o restringen la actividad en que se incursionara la nueva

unidad productiva

- Requerimientos legales para operación
- Patentes y permisos de funcionamiento

Toda empresa para su libre funcionamiento deberá reunir requisitos exigidos por ley, entre ellos:

- Acta constitutiva
- La razón social o denominación

- Domicilio
- Objetivo de la sociedad
- Capital social
- Tiempo de duración de la sociedad
- Administradores

#### **4.3.2.8 Estructura Empresarial**

De acuerdo con Pasaca (2017) en esta etapa de operación ya que determina la estructura organizativa con que esta cuente, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma (p,69).

La empresa tendrá los siguientes niveles:

**Nivel Legislativo:** es el superior del nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operara, estos están representados por los dueños de las empresas, los cuales se les atribuye el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se haya constituido.

- **Nivel Directivo:** es el nivel que hace la vinculación directa entre los dueños de la empresa y el personal que labora en la empresa. Para su actuación está representada por la presidencia.

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

- **Nivel Asesor:** por lo general este nivel constituye el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial como lo son las de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa con otras organizaciones o clientes. Generalmente toda empresa cuenta con un asesor jurídico.

- **Nivel Auxiliar o de Apoyo:** este nivel está conformado por todos los puestos de trabajo que tiene relación directa con las actividades administrativas de la empresa.
- **Nivel Operativo:** está conformado por todos los puestos de trabajo que tiene relación directa con la planta de producción (p. 70).

#### **4.3.2.9 Organigramas**

De acuerdo a Pérez & Merino (2009) un organigrama es un esquema de la organización de una empresa, entidad o de una actividad. El término también se utiliza para nombrar a la representación gráfica de las operaciones que se realizan en el marco de un proceso industrial o informático.

##### **4.3.2.9.1 Organigrama Estructural:**

Para Brume (2019) menciona que “son aquellos que tienen por objeto la presentación grafica de la estructura procesal (Unidades Administrativas) de una institución, así como de las relaciones que se dan entre sus órganos (p. 46).

##### **4.3.2.9.2 Organigrama Funcional:**

El autor Brume (2019) manifiesta que:

Tienen por objeto indicar en el cuerpo de cada unidad o proceso, el nombre y las principales funciones vitales que deberán desempeñar cada una de ellas. Esto facilita el análisis y comprensión de todo lo que se lleva a cabo en dichas áreas orgánicas que conforman a la organización (p.46).

##### **4.3.2.10 Manuales de funciones**

Para (Pasaca, 2017) “los manuales de funciones deberán contener la información clara sobre los siguientes aspectos: identificación del puesto, relación dependencia, dependencia jerárquica, naturaleza del trabajo, tareas principales” (p. 73).

### **4.3.3 Estudio financiero**

#### **4.3.3.1 Inversiones**

Según López (2018) define a una inversión como “una actividad que consiste en dedicar recursos con el objetivo de obtener un beneficio de cualquier tipo”.

#### **4.3.3.2 Clasificación de las inversiones**

Para Pasaca (2017) en esta parte del proyecto se refiere a las erogaciones que ocurren se presentan en la fase pre-operativa y operativa de la vida de un proyecto y representan los desembolsos de efectivo para la adquisición de activos como: edificios, máquinas, terrenos, etc. gran parte de las inversiones deben realizarse antes de la fase de operación del proyecto, ya que puede darse el caso de que aun en esta fase sea necesario realizar inversiones, ya que puede ser en la renovación de activos desgastados por que sea necesario incrementar la capacidad de producción (p. 75).

Para el autor las inversiones se clasifican en tres categorías:

- **Activos Fijos**

Para Córdova (2011) manifiesta que los activos tangibles son aquellos que:

Están referidos al terreno, edificaciones, maquinaria y equipo, mobiliario, vehículos, herramientas, etc. Es conveniente especificar y clasificar los elementos requeridos para la implementación del proyecto (capital fijo), contemplando en este mismo la compra de terrenos, construcción de obras físicas, compra de maquinaria, equipos, aparatos, instrumentos, herramientas, muebles, enseres y vehículos, así:

- Terrenos, incluyendo los costos de los trabajos preparativos como estudios de suelos, nivelación del terreno, el drenaje, la excavación, vías de acceso, etc.
- Construcciones, con indicación de los edificios de la planta, edificios para las oficinas, y servicios auxiliares como almacenes, laboratorios, talleres, garajes y en



ocasiones edificios sociales. En estos costos se deben incluir los servicios profesionales, los planos y las licencias de construcción.

- Maquinaria y equipo, rubro que comprende los bienes necesarios para la producción y los servicios de apoyo como el laboratorio, la planta de energía, talleres de mantenimiento, unidades para transporte y oficinas o departamentos (p. 192).

- **Activos Diferidos**

De acuerdo Pasaca (2017) hace referencia a los valores que corresponden a los costos ocasionados en la fase de formulación e implementación del proyecto, antes de entrar en operación. Su valor se recupera mediante la amortización de activos diferencia, entre 5 y 10 años, se trata de un recurso financiero y de contabilidad mediante el cual se evita alterar los números de ingresos y egresos empresariales en cada periodo reportado (pp. 82-83).

- **Capital de trabajo**

Para los autores Cevallos, Esparza, Balseca, & Chafra (2022) manifiestan que:

El capital de trabajo es el monto de recursos destinados a cubrir las operaciones del proyecto a fin de que las mismas se desarrollen en condiciones normales y permitan cumplir con los objetivos, la misión y visión del negocio. En otras palabras, estas inversiones están relacionadas con la actividad principal o el giro del negocio (p. 113).

- **Financiamiento.**

Una vez conocido el monto de la inversión se hace necesario buscar las fuentes de financiamiento, de acuerdo con Pasaca (2017) indica que “existen las fuentes internas, constituidas por el aporte de los socios y fuentes externas, constituida normalmente por las entidades financieras” (p. 89)

#### **4.3.3.3 Análisis de costos**

#### **4.3.3.4 Presupuestos proyectados**

Para Pasaca (2017), este es instrumento financiero clave para la toma de decisiones, en él se estiman los ingresos que se obtendrá en el proyecto como también los costos que se incurrirá. El presupuesto necesariamente debe constar en dos partes, los ingresos y egresos.

a. Presupuesto de costos

b. Presupuesto de Ingresos

#### **4.3.3.4.1 Costo total de producción**

El autor Pasaca (2017) menciona que:

La determinación del costo, constituye la base para la evaluación financiera del proyecto, su valor incide directamente en la rentabilidad y para su cálculo, se considera ciertos elementos entre los que están: costo de producción, fabricación o transformación (CP) y los costos de operación (CO).

$$\mathbf{CTP = CP + CO}$$

CTP = Costo Total de Producción

CP = Costo de Producción o Fabricación

CO = Costo de Operación (p. 91)

#### **4.3.3.5 Costo unitario de producción**

Para Pasaca (2017) en todo proyecto se hace necesario establecer el costo unitario de producción, para ello se relaciona el costo total con el número de unidades producidas durante un periodo.

$$\mathbf{CUP = \frac{CTP}{NUP}}$$

CUP = Costo Unitario de Producción

CTP = Costo Total de Producción

NUP = Número de Unidades Producidas (p. 94)

### 5.2.3.3 Determinación de ingresos

#### 4.3.3.5.1 Precio de venta al público.

Para establecer el precio de venta al público, se debe considerar siempre como base el costo total de producción, sobre el cual se adicionará un margen de utilidad, de acuerdo con Pasaca (2017) Para ello existe los siguientes métodos:

**Método rígido:** denominado también método del costo total por lo que se basa en determinar el costo unitario total y agregar un margen de utilidad determinado.

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

PVP = Precio de Venta al Publico

CUP = Costo Unitario de Producción

MU = Margen de Utilidad

Al costo obtenido se le asigna un porcentaje que representa el margen de utilidad esperado.

**Método flexible:** toma en cuenta una serie de elementos determinantes del mercado como: sugerencia sobre precios, condiciones de demanda, precios de la competencia, relegación de precios (p. 95)

#### 4.3.3.6 Clasificación de costos.

En todo proceso productivo los costos en que se incurre no son de la misma magnitud e incidencia en la capacidad de producción, razón por la cual Pasaca (2017), manifiesta que:

Por la función que cumplen existen los costos de fabricación o transformación y los costos de operación sin embargo es necesario clasificarlos de acuerdo a su origen o naturaleza, esto es, en costos fijos y variables, que se constituyen en la herramienta fundamental para el cálculo del punto de equilibrio.

**a. Costos fijos:** son aquellos valores monetarios en que incurre la empresa por el solo hecho de existir, independientemente de si existe o no producción.

**b. Costos variables:** son aquellos valores en que incurre la empresa en función de su capacidad de producción, están en relación directa con los niveles de producción de la empresa, aumentan o disminuyen proporcionalmente con el volumen de producción.

(p. 101)

#### **4.3.3.7 Determinación de punto de equilibrio.**

Para el autor Pasaca (2017), el punto de es:

El punto de producción en el que los ingresos cubren totalmente los egresos de la empresa y por tanto no existe ni utilidad ni pérdida, es donde se equilibran los costos y los ingresos este análisis sirve básicamente para:

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

Al punto de equilibrio se lo puede calcular por medio de los siguientes métodos:

- **En función de las ventas:** Se basa en el volumen de ventas y los ingresos monetarios que el genera; para su cálculo se aplica la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CFT}{1 - (CVT/VT)}$$

- **En función de la capacidad instalada:** Se basa en la capacidad de producción de la planta, determina el porcentaje de capacidad al que debe trabajar la maquinaria para que su producción pueda generar ventas que permitan cubrir los costos, para su cálculo se aplica la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100$$

- **En función de la producción:** Este método se basa en el volumen de producción y determina la cantidad mínima de producción para que con su venta los ingresos puedan cubrir los costos ocasionales:

$$PE = \frac{CFT}{PVu - Cvu}$$

#### 4.3.3.8 Estado de Pérdidas o Ganancias

El estado de pérdidas y ganancias es aquel informe que permite conocer la situación financiera de una empresa, es decir, muestra que tan rentable. Según el autor Pasaca (2017), menciona que:

“Aquí se establece la utilidad o pérdida de la empresa mediante la comparación de ingresos y egresos, también se considera los valores por cubrir por efectos de cargas tributarias y otras obligaciones fiscales.” (p. 97)

El método de elaboración del estado de pérdidas y ganancias para formular proyectos es el siguiente:

**Flujo de Caja Económico:** Se diferencia entre ingresos y egresos se suma los valores correspondientes a amortizaciones y depreciaciones ya que son valores que no egresan de la empresa o no se pagan, se basan en movimientos de efectivo real (ingresos y gastos pagables), sirve para tomar decisiones en la gestión de la empresa.

#### 4.3.3.9 Valor actual neto

Para Pasaca (2017) el Valor Actual Neto es:

Representación del valor presente de los beneficios después de haber recuperado la inversión realizada en el proyecto más sus costos de oportunidad. El VAN se define como la sumatoria de los flujos netos multiplicados por el factor de descuento, significa que se trasladan al año cero los gastos del proyecto para asumir riesgo de la inversión.

Los criterios de decisión basados en el VAN son:

Si el VAN es positivo se puede aceptar el proyecto, ya que significa que el valor de la empresa aumentará.

Si el VAN es negativo se rechaza la inversión ya que ello indica que la inversión perderá su valor en el tiempo.

Si el VAN es igual a cero la inversión queda a criterio del inversionista ya que la empresa durante su vida útil mantiene el valor de la inversión en términos de poder adquisitivo.

Para el cálculo del VAN de un proyecto se procede de la siguiente manera:

$$VA = FC(1 + i)^n$$

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

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

$$(1 + i)^n \text{ o } \left\{ \frac{1}{1 + i} \right\}$$

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

$$(\sum VA_1^n)$$

4. Se resta la inversión inicial

$$VANP = (\sum VA_1^n) - Inversión$$

El factor de descuento se lo determina por:

1. La tasa de interés de oportunidad. TIO. Que es la tasa de interés que se puede conseguir al colocar el dinero en una institución financiera pública o privada.

2. El costo de oportunidad de la inversión. COI. Que es la tasa más alta de rendimiento que se puede lograr invirtiendo el dinero en otra actividad que no sea el proyecto.

En ambos casos se debe tomar en cuenta una prima por el riesgo de la inversión, lo que implica considerar una tasa aceptable de rendimiento a la cual se actualizan los flujos de caja esperados.

3. Determinar la tasa mínima aceptable de Rendimiento, que es la tasa que incorpora el porcentaje de riesgo al que se enfrenta el inversionista al emprender en cualquier otra actividad. La cual se la calcula de la siguiente forma:

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

En donde:

TMAR = Tasa mínima aceptable de rendimiento

Pr = Prima de riesgo

Ti = Tasa de interés de Oportunidad (TIO), o Costo de oportunidad de la inversión (COI) (pp 112-113-114).

#### **4.3.3.10 Tasa interna de retorno**

Para Pasaca (2017) la Tasa Interna de Retorno es aquella que:

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

- ✓ Si la TIR es mayor que el costo de oportunidad o de capital, se acepta el proyecto.
- ✓ Si la TIR es igual que el costo de oportunidad o de capital, la inversión es netamente criterio del inversionista.
- ✓ Si la TIR es menor que el costo de oportunidad o de capital, se deberá rechazar el proyecto.

Para el cálculo de la TIR (Tasa Interna de Retorno), se aplica la siguiente fórmula:

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

En donde:

TIR = Tasa interna de retorno,

Tm = Tasa menor de descuento para actualización,

DT = Diferencia de tasas de descuento para actualización,

VAN Tm = Valor actual a la tasa menor,

VAN TM = Valor actual a la tasa mayor.

Para la aplicación de la fórmula es necesario encontrar los valores actuales de las tasas mayor y menos; en este punto se debe tener sumamente claro que el VAN TM siempre será negativo.

Un primer referente para proceder a su cálculo es tomar como primera tasa de actualización, la tasa de la cual se descontó al momento de calcular el VAN del proyecto, si el valor resultante es positivo, se buscará el VAN con la tasa mayor, si por el contrario el valor resultante es negativo, se buscará el VAN con tasa menor.

Para que un proyecto sea aceptable tomando como referencia la TIR, esta debe ser siempre mayor a la Tasa de Interés de Oportunidad (TIO), al costo de Oportunidad de la Inversión (COI), o al costo de capital (CK) (pp. 115-116).

#### **4.3.3.11 Relación beneficio costo**

El autor Pasaca (2017), menciona que nos permite medir el rendimiento que se obtiene por cada cantidad monetaria invertida, permite decidir si el proyecto se acepta o no.

Para ello se basa en los siguientes criterios de decisión:

- Si la relación de Ingresos / Egresos es = 1 el proyecto es Indiferente
- Si la relación es > 1 el proyecto es Rentable
- Si la relación es < 1 el proyecto no es Rentable



Para encontrar la relación Beneficio Costo se usa la siguiente fórmula:

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

Y para lo cual se procede de la siguiente manera:

1. Se toman los valores de Costos e Ingreso del presupuesto y se procede a actualizarlos a la tasa de descuento utilizada para el cálculo del VAN Y TIR.
2. Se realiza la sumatoria de los valores actualizados.
3. Se divide la sumatoria de ingresos actualizados para la sumatoria de los costos actualizados.
4. A la resultante que es la RBC, se resta la unidad (1), que representan el desembolso realizado.
5. El resultado significa la cantidad de unidades monetarias que se obtiene de beneficio por cada unidad monetaria invertida (pp. 121-122).

#### **4.3.3.12 Periodo de Recuperación de Capital**

Para (Pasaca, 2017) el periodo de recuperación de recuperación de Capital que:

Permite conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utilizan valores del flujo de caja y el monto de inversión. Es beneficioso actualizar los valores por el motivo que serán recuperados a futuro y aun con la dolarización en el Ecuador el dinero pierde su poder adquisitivo en el tiempo.

Para encontrar el Periodo de Recuperación de Capital se usa la siguiente fórmula:

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

En donde:

ASI = Año que supera la inversión

$\sum$  FASI = Sumatoria de flujos hasta el año que supera la inversión

FNASI = Flujo neto del año que supera la inversión

#### **4.3.3.13 Análisis de sensibilidad**

Para (Borad, 2019) El análisis de sensibilidad es una herramienta de gestión que permite a las organizaciones predecir los resultados de un proyecto, ayudando a comprender las incertidumbres, las limitaciones y los alcances de un modelo de decisión. También conocido como análisis hipotético, permite determinar cómo los diferentes valores de una variable independiente pueden afectar a una variable dependiente particular. Es útil en una amplia gama de temas además de la gestión de proyectos, como finanzas, ingeniería, geografía, biología, etc.

Para Pasaca (2017) menciona que:

Cualquier análisis requiere de estimaciones sobre las variables que intervienen en el proceso, mismas que están sujetas a cambios por fluctuaciones que puedan producirse a lo largo de la vida útil del proyecto, siendo los ingresos y los costos las variaciones más sensibles a un incremento o disminución en los precios. Ahora bien, lo preocupante es el impacto que tenga la rentabilidad del proyecto, siendo esto la finalidad del análisis de sensibilidad, el medir en qué grado se altera la tasa de rentabilidad esperada en un proyecto frente a un cambio imprevisto de variable (Gitman Lawrence) (p. 117).

Los criterios basados en el análisis de sensibilidad son:

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

Para la realización del análisis de sensibilidad se procede así:

### **Análisis de sensibilidad con incremento en costos**

1. Se obtiene los nuevos flujos de caja por efecto de incremento en costos.
2. Para encontrar el porcentaje de incremento se procede a realizar un juego de búsqueda de valores de soporte máximo, para ello es importante trabajar con tasas que permitan obtener valores o flujos positivos.
3. Una vez que se haya obtenido los flujos positivos, se procede de la siguiente manera:

**a) Se obtiene la Nueva Tasa Interna de Retorno (NTIR)**

El proyecto soportara los cambios en ingresos y costos en un porcentaje que permita obtener una TIR igual o mayor de oportunidad o al costo de capital, caso contrario, el proyecto es sensible o no rentable.

**b) Se encuentra la Tasa Interna de Retorno Resultante (TIR.R)**

Para ello se resta la TIR Original (TIR.O) la nueva TIR (NTIR)

$$TIR.R = TIR.O - NTIR$$

**c) Se calcula el Porcentaje de Variación (%V)**

Para ello se divide la TIR resultante para la TIR Original y su valor resultante se lo multiplica por 100.

$$\%V = \left( \frac{TIR.R}{TIR.O} \right) * 100$$

**d) Se calcula el valor de Sensibilidad (S)**

El porcentaje de variación se divide para la nueva TIR.

$$S = \left( \frac{\%V}{NTIR} \right)$$

#### **4.4 Marco Conceptual.**

##### **4.4.1 Cándida.**

(Maset, 2016) menciona que es:

“Un tipo es una infección causada por un hongo llamado Candida Albicans, que se encuentra en pequeñas cantidades y en diferentes zonas del cuerpo, como la piel, la boca o la vagina, sin que, normalmente, provoque ninguna enfermedad.”

##### **4.4.2 Antioxidantes.**

Para Ramírez y otros autores (2012) los antioxidantes son:

Compuestos químicos que el cuerpo humano utiliza para eliminar radicales libres, que son sustancias químicas muy reactivas que introducen oxígeno en las células y producen la oxidación de sus diferentes partes, alteraciones en el ADN y cambios diversos que aceleran el envejecimiento del cuerpo.

##### **4.4.3 Subproductos.**

Para Westreicher (2020) el subproducto es: “Un bien secundario obtenido de un proceso industrial, cuando dicho procedimiento originalmente se llevó a cabo para fabricar otro producto.”

##### **4.4.4 Fibra dietética**

“Sustancias de origen vegetal, hidratos de carbono o derivados de los mismos excepto la lignina que resisten la hidrólisis por los enzimas digestivos humanos y llegan intactos al colon donde algunos pueden ser hidrolizados y fermentados por la flora colónica” (Escudero & Gonzales, 2006).

##### **4.4.5 Cuantificados.**

“Cuantificar es un verbo que se refiere a la acción de enunciar una cantidad. Lo cuantitativo, por lo tanto, consiste en la expresión de una magnitud a través de números” (Pérez & Merino, 2012).

#### **4.4.6 Flujos de efectivo.**

Para Pérez & Gardey (2009) el flujo de efectivo (o cash flow, en inglés) es:

El estado de cuenta que refleja cuánto efectivo conserva alguien después de los gastos, los intereses y el pago al capital. La expresión que en el ámbito de la Contabilidad se conoce como estado de flujo de efectivo, por lo tanto, es un parámetro de tipo contable que ofrece información en relación a los movimientos que se han realizado en un determinado periodo de dinero o cualquiera de sus equivalentes.

#### **4.4.7 Indicadores financieros**

Para Bold (2021) un indicador financiero es:

Una herramienta de medición que permiten combinar entre sí los elementos de información que se reflejan en los estados financieros. A través del cálculo e interpretación de estos datos contables, es posible realizar un diagnóstico preciso de la salud financiera de una empresa.

#### **4.4.8 Estudios de Pre-factibilidad**

De acuerdo con Merino (2022) la prefactibilidad es aquella que:

Se profundiza de los estudios realizados a nivel de perfil con el tema planteado, para determinar si es viable convertirla en un proyecto, desde el punto de vista técnico, económico y social, en ese punto se define con mayor exactitud la ubicación del proyecto en función de variables como localización de materia prima, puntos de distribución, etc.

#### **4.4.9 Estudios de Factibilidad**

El autor Pasaca (2017) manifiesta que:

El estudio de factibilidad es obtener la información de fuentes primarias donde se documenta en su totalidad a su vez mejorar procedimientos, análisis de las encuestas, estudios de población, cotización de equipos, ubicación del estudio e implicaciones

legales, costos, de ser requerido estudios de impacto ambiental según el horizonte del proyecto, posibles fuentes y financiamientos. Es el momento de la asignación de recursos ya que al haberse detectado una necesidad es necesario destinarlos para realizar estudios que permitan clarificar con más exactitud el problema actual y dar solución (p. 23).

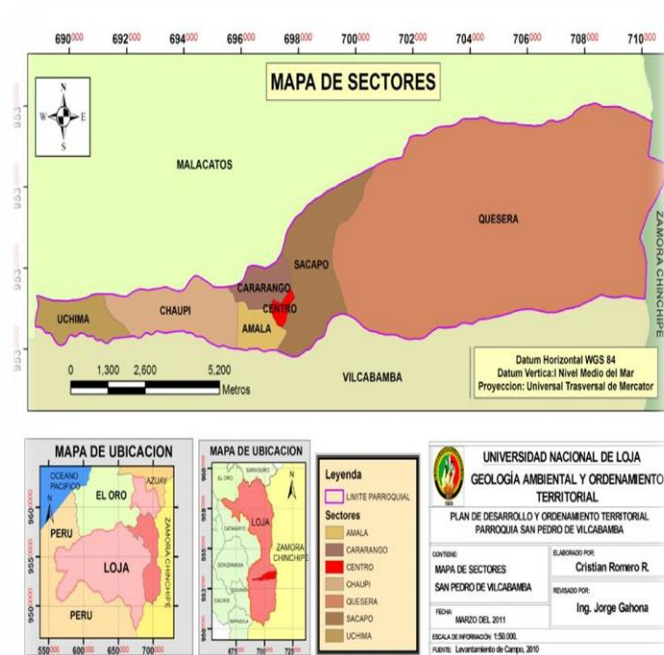
## 5. Metodología.

### 5.1 Área de Estudio.

La investigación se realizó en la parroquia San Pedro de Vilcabamba del cantón y provincia de Loja, la misma que se encuentra en la zona Sur Oriental de la ciudad de Loja, esta parroquia cuenta con tres barrios urbano y 6 rurales y cuenta con una altitud de 1700 metros sobre el nivel del mar, con una población de 1.289 habitantes según el (INEC, 2010)

#### **Figura 1.**

*Mapa de la parroquia San Pedro de Vilcabamba*



**Nota:** mapa tomado de Plan de Desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia San Pedro de Vilcabamba 2001.

### 5.2 Enfoque de la Investigación.

La presente investigación se realizó con un enfoque de tipo cuantitativo, esto se debió a que la recolección de información se la realizó mediante la aplicación de una encuesta, lo que permitió obtener gran cantidad de información, misma que se la interpreto de manera numérica convirtiéndose en datos precisos, que al ser analizados sirvieron para la toma de decisiones y de esta manera se generalizo los datos de una muestra a una población más grande.

### **5.3 Método de investigación.**

En la investigación se utilizó el método deductivo, ya que para el desarrollo del proyecto fue necesario plantear objetivos, los mismos que fueron utilizados para la determinación de la muestra, datos que al ser analizados permitió encontrar cualidades y características específicas del mercado y la demanda, información que me ayudo a determinar la factibilidad del proyecto.

### **5.4 Tipo de Investigación.**

Se trata de una investigación exploratoria, ya que el tema a ser estudiado es poco indagado y la información requerida se la obtendrá directamente de la población de estudio considerando la aplicación de herramientas para la recopilación de datos.

Por otra es descriptiva, ya que me permitió determinar con exactitud características de los gustos y preferencias de las familias permanentes y flotantes de la parroquia, los resultados que se obtuvieron se los interpretó de manera cuantitativa para realizar la toma de decisión con base a la información obtenida.

### **5.5 Diseño de la investigación.**

El diseño de la investigación utilizado fue no experimental, debido a que la investigación del proyecto se realizó mediante la recopilación de información cuantitativa la que fue utilizada para el análisis estadístico de la población en estudio para llegar a una conclusión con referencia a los datos obtenidos.

### **5.6 Técnicas de recolección de Información**

La técnica utilizada en la investigación es la encuesta, esta herramienta permitió obtener datos de las familias de la parroquia, cuyas opiniones personales son de interés, para ello se utilizó un listado de preguntas escritas que se entregó a un miembro de familia con el fin de que las contesten por escrito; estos cuestionarios son impersonales porque el cuestionario no lleva el nombre ni la identificación de la persona que lo responde.



Para realizar las encuestas se elaboró preguntas que permitan establecer la demanda de los condimentos, así como preferencias del envase, precio y lugar de compra, las mismas que fueron aplicadas a las familias de la parroquia que serían posibles consumidores; también se aplicó esta técnica para conocer la oferta del producto.

### **5.7 Población de estudio**

Se considera a las familias de la parroquia San Pedro de Vilcabamba, que de acuerdo al (INEC, 2010), censo población del 2010 existen 1.289 habitantes, lo que proyecta un número de 322 familias permanentes y el 50% de las familias flotantes que es de 207 familias, con una tasa de crecimiento del 2.1%.

Puesto que el dato al que se hace referencia corresponde al año 2010 se hace necesario proyectar la población por los años de vida útil de la propuesta de inversión; en este caso 5 años a partir del año 0, aplicando la tasa de crecimiento determinada por el INEC para el periodo 2000/2010 que es 2.1% (se considera 4 miembros por familia).

### **5.8 Proyección de la población**

Proyección de población para el 2021 en la Parroquia San Pedro De Vilcabamba

$$PF = P_i (1 + i)^n$$

Población San Pedro de Vilcabamba 2010: 1.289 INEC

Tasa de crecimiento poblacional: 2.1%.

Tiempo proyectado (n): 12 años para el año actual 2021.

Año cero - 2022

$$P_{2022} = 1289 (1 + 0.021)^{12}$$

$$P_{2022} = 1289 (1.021)^{12}$$

$$P_{2022} = 1289 (1.283243)$$

$$P_{2022} = 1.654 \text{ Población del año 2022}$$

$$P_{2022} = 1.654/4 \text{ personas por hogar} = 414 \text{ familias en el año 1 - 2022}$$

Para el año 2022 se estima un incremento de la población de 1.654 personas, dato que al dividirlo para 4 se obtiene una cantidad de 414 que representan a las familias permanentes, valor que al multiplicarlo por 50% dato proporcionado por el (economista Ángel Chamba) da un resultado 207 que son las familias flotantes.

Se estima una proyección de vida del proyecto de factibilidad de 5 años.

**Tabla 1.**

*Proyección de población por familias de la parroquia San Pedro de Vilcabamba*

Años	Porcentaje de crecimiento	Total población	Total familias Permanente	Porcentaje Familias Flotantes	Total Familias flotantes
0	2,1%	1.654	414	50%	207
1	2,1%	1.689	422	50%	211
2	2,1%	1.724	431	50%	216
3	2,1%	1.761	440	50%	220
4	2,1%	1.797	449	50%	225
5	2,1%	1.835	459	50%	229

**Nota:** Información tomada del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2019-2023.

Como se puede observar la tabla la población a partir del año 2.022 tiene una población proyectada de 1.654 personas y 414 familias. Mientras para el año 2.027 será de 1.835 habitantes, conformada por 459 familias permanentes y 229 familias flotantes en la parroquia San Pedro de Vilcabamba.

### 5.9 Muestra

#### Fórmula

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

#### Datos

**N** = Población = 414 **F** = Probabilidad de éxito. 50% = 0.5%

**Q** = Probabilidad de fracaso. 50% = 0.5%

**Z** = Nivel de confianza 95% = 1.95

**e** = Margen de error 5% = 0.05

### 5.10 Desarrollo

$$N = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 405}{0,05^2 (414 - 1) + 1,95 * 0,5 * 0,5}$$

$$N = \frac{3,8025*0,25*414}{0,0025 (413) + 0,975*0,5}$$

$$N = \frac{3,8025*103,5}{1,0324+ 0,4875}$$

$$N = \frac{393,55875}{1,52}$$

$$N = 258,920 = 259 \text{ Encuestas}$$

Luego de aplicar la fórmula, para el presente estudio de investigación se aplicaron 259 encuestas a las familias permanentes y 207 encuestas a las familias flotantes de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.

### **5.11 Procedimiento.**

Para cumplir con los objetivos se realizó el siguiente procedimiento:

- Dentro del estudio de mercado se diseñó las técnicas e instrumentos de recolección de información, como son la encuesta y la entrevista, continuamente se aplicó a las diferentes familias de la parroquia, a partir de esto se procedió a la tabulación, análisis e interpretación de los resultados en las hojas de Excel, en donde se realizaron los gráficos de los datos obtenidos.
- En lo concerniente a la distribución de condimentos en la parroquia se realizó una entrevista directa a las 6 tiendas de la parroquia, de esta manera se obtuvo con exactitud el total de condimentos vendidos al año.
- En el estudio técnico se realizó investigación de empresas similares de producción de condimentos, mediante la realización de notas se realizó el diseño técnico de la empresa, la distribución para ello se utilizó el programa de Word donde se detalló los datos obtenidos.

- De la misma manera en el estudio organizacional se procedió a buscar los requisitos necesarios para la constitución de la empresa, para ello se utilizó el programa Word donde se analiza y detalla los aspectos indispensables para la misma.
- Por último, el desarrollo del estudio financiero se realizó en base a modelos matemáticos para lo cual se utilizó el programa de Excel, donde se detalló y se describió de manera numérica los resultados que se obtuvieron, para luego de ser analizados, desarrollar de la misma manera la evaluación financiera, información que permito determinar la factibilidad del proyecto.

## 6. Resultados

### 6.1 Análisis e interpretación de las encuestas aplicada a las familias permanentes y flotantes de la parroquia.

La encuesta que se aplicó consta con un total de 15 preguntas a 259 familias permanentes y 211 familias flotantes de la parroquia San Pedro de Vilcabamba, con ingresos superiores a \$200,00 dólares que consuman condimentos en sus alimentos.

#### 1. ¿Cuáles son los ingresos en su familia o en su hogar?

**Tabla 2.**

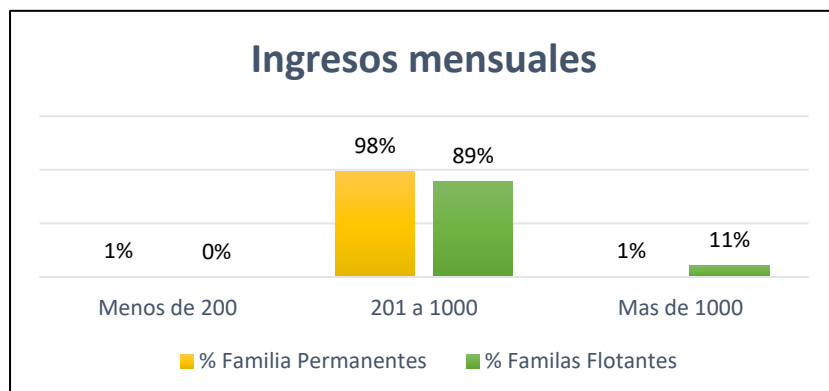
*Ingresos mensuales de las familias de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.*

Ingreso económico de familias	F. familias permanentes	% Familia Permanentes	F. Familias Flotantes	% Familias Flotantes
Menos de 200	2	1%	0	0%
201 a 1000	255	98%	184	88%
Mas de 1000	2	1%	23	12%
<b>Total</b>	<b>259</b>	<b>100%</b>	<b>207</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Resultados de la pregunta 1.

**Figura 2.**

*Ingresos Mensuales de las familias permanentes y flotantes de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba.*



**Nota:** Información tomada de la tabla 2.

#### **Análisis:**

En base a los resultados se ha podido determinar que el 99% de las familias permanentes de la parroquia tienen ingresos superiores a \$ 201,00 dólares y el 1% de las familias restantes cuentan con ingresos inferiores a \$ 200,00 por otra parte los hogares flotantes el 100% tienen ingresos superiores a \$201,00 dólares

#### 2. Compra algún tipo de condimentos para acompañar los alimentos.

**Tabla 3.**

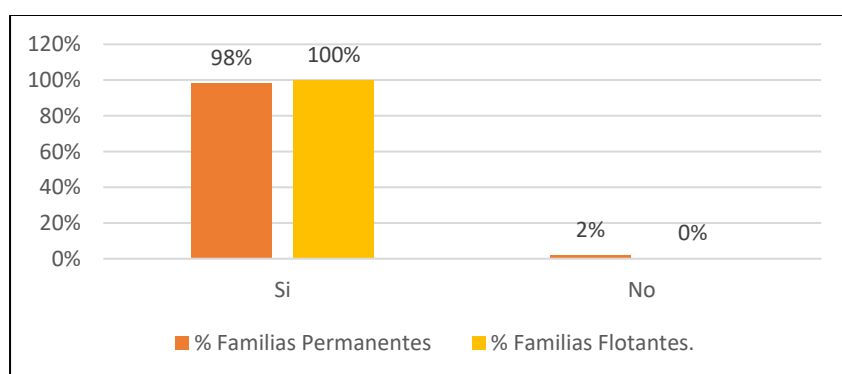
*Consumo de condimentos por parte de las familias permanentes y flotantes de la parroquia San Pedro de Vilcabamba*

Compra de condimentos	F. Familias Permanentes	% Familias Permanentes	F. Familias Flotantes	% Familias Flotantes.
Si	253	98%	207	100%
No	5	2%	0	0%
<b>Total</b>	<b>258</b>	<b>100%</b>	<b>211</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Resultados de la pregunta 2.

**Figura 3.**

*Consumo de condimentos por parte de las familias permanentes y flotantes de la parroquia San Pedro de Vilcabamba*



*Nota:* Información tomada de la tabla 3.

### **Análisis:**

El 98% de las familias permanentes consumen condimentos y solo el 2% no consumen este producto, en cuanto a las familias flotantes el 100% consumen condimentos.

### **3. ¿Qué especie de condimento consume con frecuencia?**

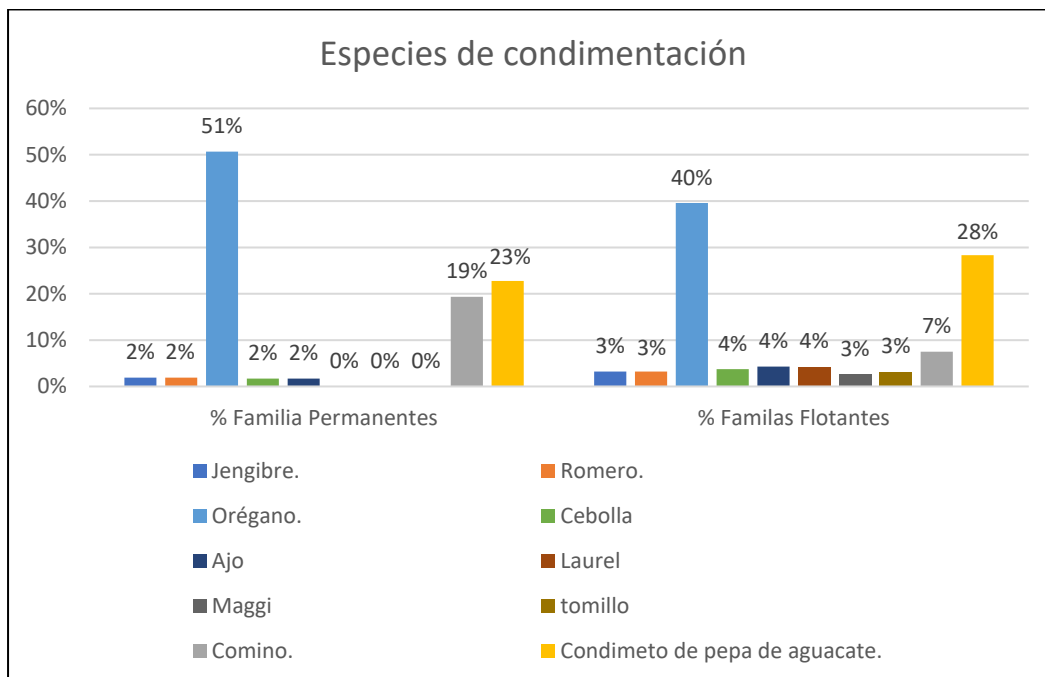
**Tabla 4.**

*Compra de condimento por parte de las familias permanentes y flotantes de la localidad*

Especies	F. familias permanentes	% Familia Permanentes	F. Familias Flotantes	% Familias Flotantes
Jengibre.	3	2%	6	3%
Romero.	3	2%	6	3%
Comino.	34	19%	14	7%
Condimento de pepa de aguacate.	40	23%	53	28%
Orégano.	89	51%	74	40%
Cebolla	3	2%	7	4%
Ajo	3	2%	8	4%
Laurel	0	0%	8	4%
Maggi	0	0%	5	3%
Tomillo	0	0%	6	3%
<b>Total</b>	<b>176</b>	<b>100%</b>	<b>187</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Resultados de la pregunta.

**Figura 4.**  
Consumo de condimento por parte de las familias de la localidad



**Nota:** Información tomada de la tabla 4.

### **Análisis.**

Una vez que se ha determinado el consumo de condimento en los hogares de la parroquia, en base a los resultados se precisa que el 51% de la población permanente tiene preferencia el consumo de orégano, mientras que el 23% opta por utilizar el condimento de pepa de aguacate, el comino es consumido por el 19% de la población permanente, romero, jengibre, ajo y cebolla es aprovechada por el 12% de hogares permanentes, en cuanto a las familias flotantes se determinó que el 40% optan por usar el orégano en sus alimentos, a diferencia de él 28% usa la pepa de aguacate, cabe mencionar que el comino es utilizado por el 7%, la cebolla, el ajo y el laurel es utilizado por el 12% consecutivamente, además el otro 12% consume maggi, tomillo, el jengibre y romero.

4. ¿Cuántas veces al año compra usted condimento de pepa de aguacate en su presentación de 50 gramos?

**Tabla 5.**

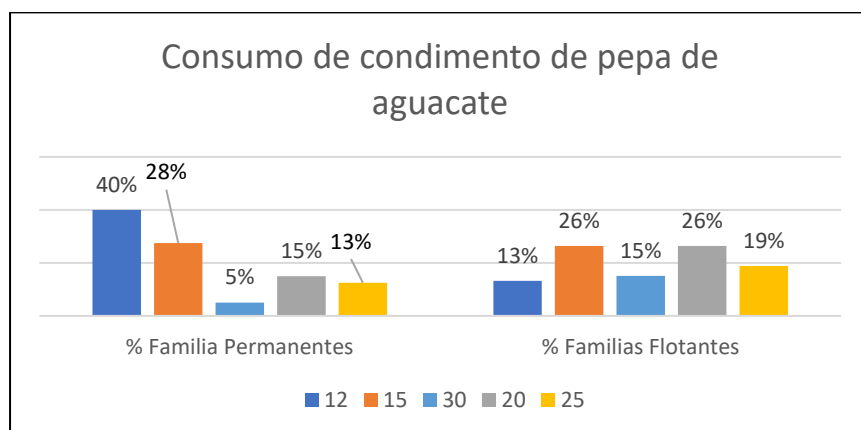
*Compra Anual del condimento en las familias permanentes y flotantes de San Pedro de Vilcabamba*

Frecuencia de Consumo anual	Frecuencia de familias permanentes	% Familia Permanentes	Frecuencia Familias Flotantes	% Familias Flotantes
12	16	40%	7	13%
15	11	28%	14	26%
20	6	15%	14	26%
25	5	13%	10	19%
30	2	5%	8	15%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Resultados de la pregunta 4.

**Figura 5.**

*Compra Anual del condimento en las familias permanentes y flotantes de San Pedro de Vilcabamba*



*Nota:* Información tomada de la tabla 5.

**Análisis:**

El 40% de las familias permanentes compran 12 veces por año el condimento de semilla de aguacate, sin embargo, el 28% manifiesta adquirirlo 15 veces anuales, por otra parte 15% y 13% de las familias permanentes lo obtienen de 20 y 25 veces consecutivamente, mientras que solo el 5% opta por conseguirlo 30 veces al año, mientras que en las familias flotantes se conoce que el 52% lo adquieren 20 y 15 veces al año, mientras que el 19% y 15% de los hogares flotantes lo compran de 25 a 30 veces consecuentemente y solo el 13% los consiguen 12 veces.



5. ¿Cuánto paga por adquirir el condimento de pepa de aguacate en presentación de 50 gramos?

**Tabla 6.**

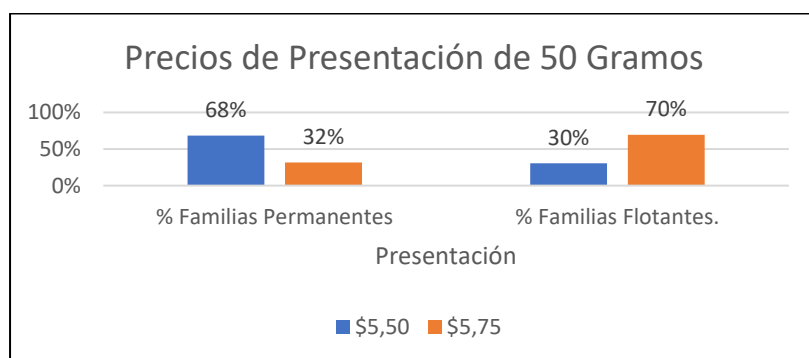
*Precio de compra por condimento de 50 gramos*

Precio de compra de 50 gramos	50 gramos			
	F. Familias permanentes	% Familias Permanentes	F. Familias Flotantes	% Familias Flotantes.
\$5,50	27	68%	16	30%
\$5,75	13	32%	37	70%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Resultados de la pregunta 5.

**Figura 6.**

*Precio de compra por condimento de 50 gramos.*



**Nota:** Información tomada de la tabla 6.

**Análisis:**

En base a los datos se determina que el 68% de la población ha pagado \$5,50 por el condimento de 50 gramos, mientras que el 32% restante de familias cancela \$5,75 por otra parte en las familias flotantes existe el 70% lo adquiere en \$5.75 centavos y solo el 30% en \$5,50 centavos.

6. ¿En dónde compra el condimento?

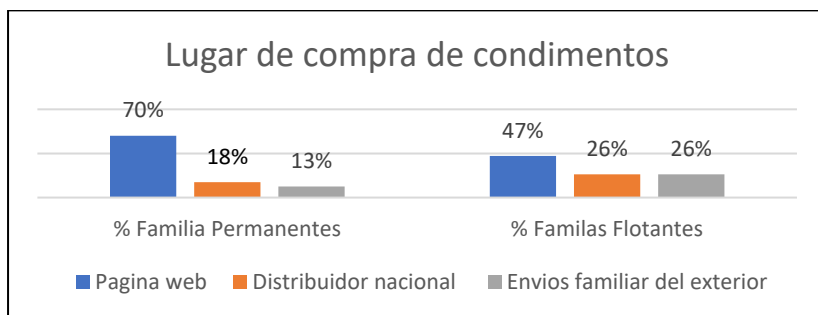
**Tabla 7.**

*Lugar de adquisición de los condimentos*

Lugar de compra	F. familias permanentes	% Familia Permanentes	F. Familias Flotantes	% Familias Flotantes
Página web	28	70%	25	47%
Distribuidor nacional	7	18%	14	26%
Envíos por encomienda de familiares del exterior	5	13%	14	26%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Resultados de la pregunta 6.

**Figura 7.**  
Lugar de adquisición de los condimentos



**Nota:** Información tomada de la tabla 7.

**Análisis:**

El 70% de las familias permanentes usa las páginas web, los envíos de encomienda por parte de familiares del exterior y distribuidora nacional es utilizado por el 31%, por otra parte, el 47% de las familias flotantes compran el condimento en páginas web mientras que un 52% lo adquieren a través de envíos familiares y distribuidores nacionales.

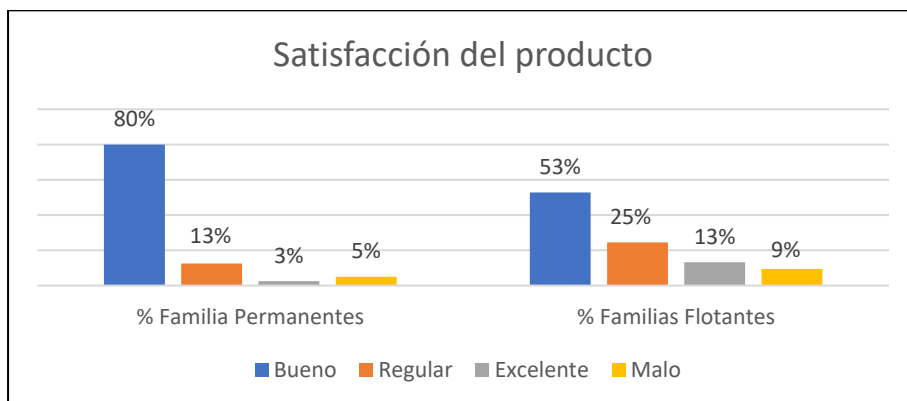
**7.** Como calificaría el producto que recibe de estas empresas

**Tabla 8.**  
Escala de valoración del condimento

Gusto de servicio	F. familias permanentes	% Familia Permanentes	F. Familias Flotantes	% Familias Flotantes
Bueno	32	80%	28	53%
Regular	5	13%	13	25%
Excelente	1	3%	7	13%
Malo	2	5%	5	9%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Resultados de la pregunta 7.

**Figura 8.**  
Escala de valoración del producto



**Nota:** Información tomada de la tabla 8.

### Análisis:

La gráfica representa la escala de valoración del producto de otras empresas teniendo que un 80% de la población permanentes ha manifestado como bueno, mientras que un 13% lo califica como regular, por otra parte el 5% lo califica como malo y consecutivamente un 3% que ha calificado como excelente, por otra parte en las familias flotantes el 53% lo califica como bueno al producto, mientras que el 25% se lo ha valorado como regular y el 13% y 9%, han optado por calificarlo como excelente y malo respectivamente.

### 8. ¿Conoce los beneficios de la semilla de aguacate?

**Tabla 9.**

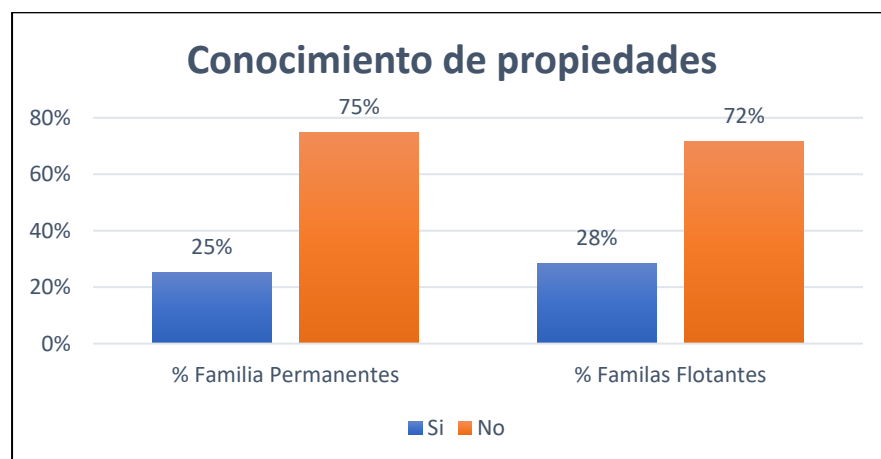
*Conocimiento de beneficios del consumo de la pepa de aguacate*

Conocimiento de propiedades	F. familias permanentes	% Familia Permanentes	F. Familias Flotantes	% Familias Flotantes
Si	65	25%	60	28%
No	193	75%	151	72%
<b>Total</b>	<b>258</b>	<b>100%</b>	<b>211</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Resultados de la pregunta 8.

**Figura 9.**

*Conocimiento de beneficios del consumo de la pepa de aguacate*



*Nota:* Información tomada de la tabla 9.

### Análisis:

Se pudo determinar que el 75% de las familias permanentes desconocen los aportes del hueso de palta mientras que solo el 25% de esta población conocen la ayuda que tiene el organismo al consumirlo, por otra parte, las familias flotantes manifiestan el 72% no conocer

las propiedades de esta semilla mientras que solo el 28% conocen las propiedades del hueso de aguacate.

**9.** En la parroquia San Pedro de Vilcabamba se desea implementar una empresa productora y comercializadora de condimento a base de semilla de aguacate. ¿Estaría dispuesto a comprarlo?

**Tabla 10.**  
*Aprobación del producto por parte de las familias de la parroquia*

Deseos de compra	F. familias permanentes	% Familia Permanentes	F. Familias Flotantes	% Familias Flotantes
Si	253	98%	207	98%
No	5	2%	4	2%
<b>Total</b>	<b>258</b>	<b>100%</b>	<b>211</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Resultados de la pregunta 9.

**Figura 10.**  
*Aprobación del producto por parte de las familias de la parroquia*



**Nota:** Información tomada de la tabla 10.

### **Análisis:**

Como resultado el 98% de familias permanentes estarían dispuestos a comprar el condimento y el 2% de familias no estarían dispuestas a adquirir el producto, mientras que el 100% de las familias flotantes optarían por comprar el condimento

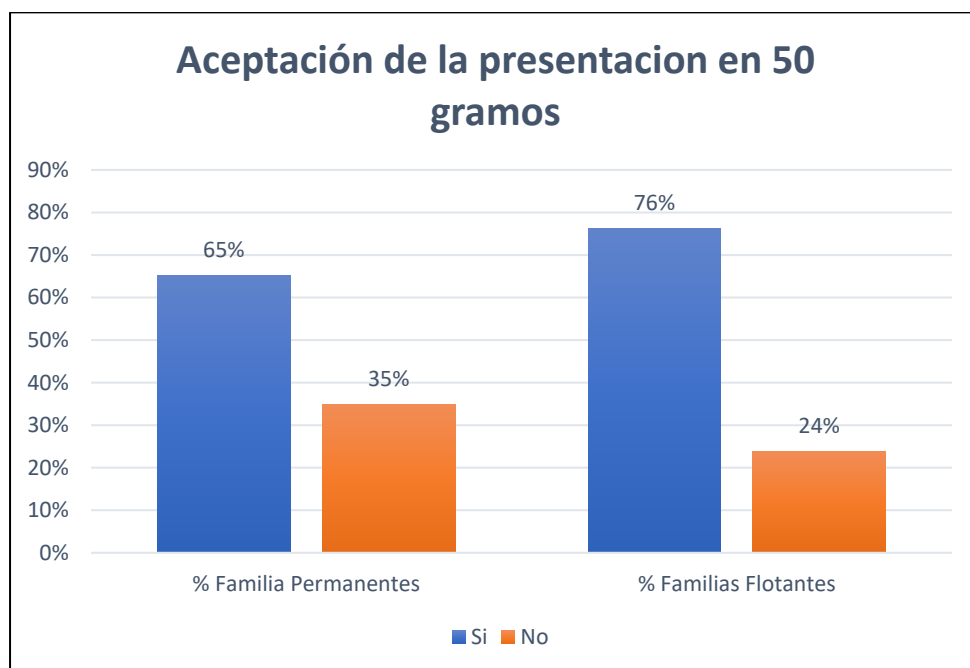
**10.** Adquiriría la presentación del producto en 50 gramos.

**Tabla 11.**  
*Presentación del producto*

Peso/producto	F. familias permanentes	% Familia Permanentes	F. Familias Flotantes	% Familias Flotantes
Si	165	65%	158	76%
No	88	35%	49	24%
<b>Total</b>	<b>253</b>	<b>100%</b>	<b>207</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Resultados de la pregunta 10.

**Figura 11.**  
*Presentación del producto*



**Nota:** Información tomada de la tabla 11.

**Análisis:**

El 65% de las familias permanentes si estarías dispuestos a adquirirlo mientras que el 35% no acepta esta presentación, por otra parte, en las familias flotantes se obtuvo que el 76% si lo compraría al producto en esta presentación, mientras que el rechazo fue por un 24% de los hogares flotantes.

**11. ¿Cuántas, veces al año compraría 50 gramos de condimento?**

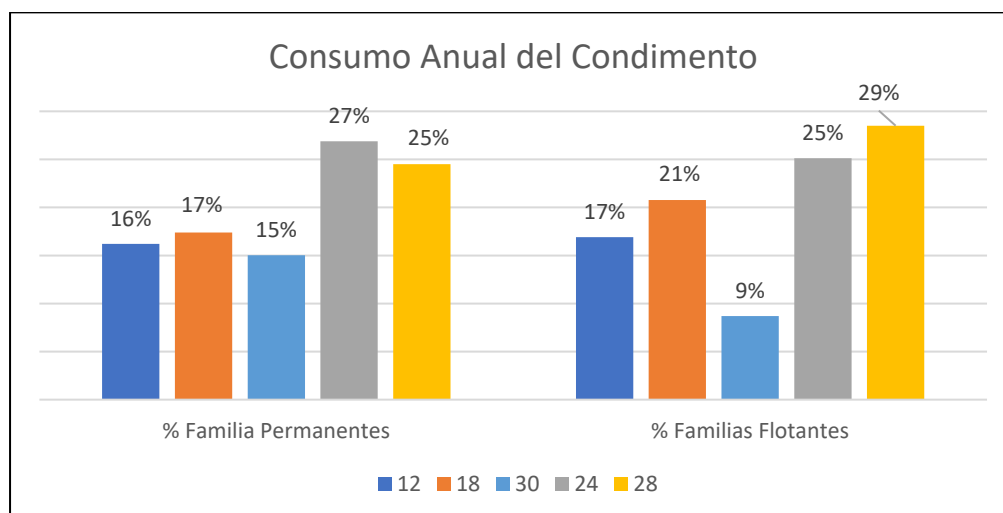
**Tabla 12.**  
*Consumo Anual de condimento de 50 gramos de las familias permanentes y flotantes*

Consumo anual	F. familias permanentes	% Familia Permanentes	F. Familias Flotantes	% Familias Flotantes
12	41	16%	35	17%
18	44	17%	43	21%
24	68	27%	52	25%
28	62	25%	59	29%
30	38	15%	18	9%
<b>Total</b>	<b>253</b>	<b>100%</b>	<b>207</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Resultados de la pregunta 11.

**Figura 12.**

*Consumo Anual de condimentos de las familias permanentes y flotantes*



**Nota:** Información tomada de la tabla 12.

**Análisis:**

El 27% y 25% que consumirían el condimento 24 y 28 veces al año consecutivamente, mientras que el 17% de esta población lo implementaría en su consumo 18 veces por año por otra parte el 16% lo adquiriría 12 veces por año y solo el 15% lo consumiría 30 veces al año, en tanto que la población flotante se puede evidenciar que el 29% lo adquiriría 28 veces por año, el 25% está dispuesto a adquirirlo 24 veces por año, además el 21% de esta población lo implementaría en su dieta 18 veces al año, solo el 17% y 9% lo consumirían de 12 y 30 veces por año secuencialmente.

**12. ¿Cómo le gustaría encontrar el producto?**

**Tabla 13.**

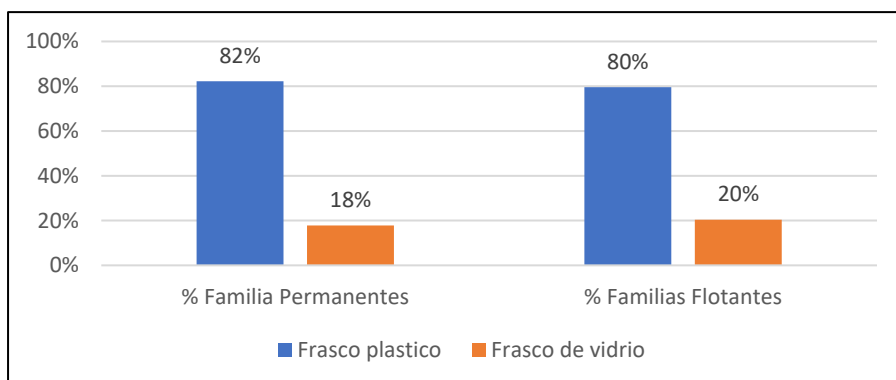
*Frasco de contención del condimento*

Envase de producto	F. familias permanentes	% Familia Permanentes	F. Familias Flotantes	% Familias Flotantes
Frasco plástico	208	82%	165	80%
Frasco de vidrio	45	18%	42	20%
<b>Total</b>	<b>253</b>	<b>100%</b>	<b>207</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Resultados de la pregunta 12.

**Figura 13.**

*Frasco de contención del condimento*



**Nota:** Información tomada de la tabla 13.

**Análisis:**

El 82% y 80% de la población familiar permanente y flotante prefiere encontrar el producto en frasco de plástico y solo hay un 18% y 20% de familias permanentes y flotantes prefieren frasco de vidrio.

**13. ¿En lugar compra con frecuencia estos productos?**

**Tabla 14.**

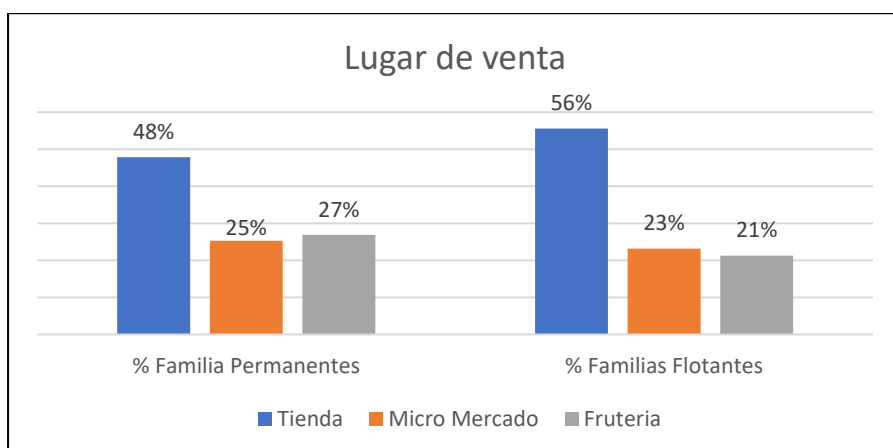
*Determinación del medio de distribución*

Lugar da compra	F. familias permanentes	% Familia Permanentes	F. Familias Flotantes	% Familias Flotantes
Tienda	121	48%	115	56%
Micro Mercado	64	25%	48	23%
Frutería	68	27%	44	21%
<b>Total</b>	<b>253</b>	<b>100%</b>	<b>207</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Resultados de la pregunta 13.

**Figura 14.**

*Determinación del medio de distribución*



**Nota:** Información tomada de la tabla 14.

### Análisis:

El 48% de las familias permanentes usan con mucha frecuencia la tienda, el micro mercado y la familia lo utiliza el 27% y 25% consecutivamente en cuanto a la población flotante hay un 55% utiliza la tienda para adquirir el producto, por otra parte, el 23% y 21% de las familias flotantes manifiestan querer encontrarlo en el micro mercado y la frutería consecutivamente

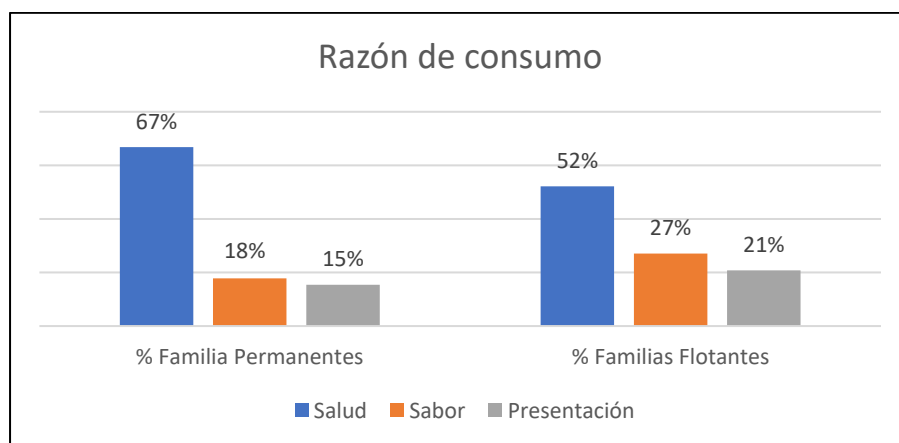
### 14. ¿Cuál sería la razón principal para consumir el condimento de semilla de aguacate?

**Tabla 15.**  
*Razón de consumo del condimento*

Preferencia de consumo de producto	F. familias permanentes	% Familia Permanentes	F. Familias Flotantes	% Familias Flotantes
Salud	169	67%	108	52%
Sabor	45	18%	56	27%
Presentación	39	15%	43	21%
<b>Total</b>	<b>253</b>	<b>100%</b>	<b>207</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Resultados de la pregunta 14.

**Figura 15.**  
*Razón de consumo del condimento*



*Nota:* Información tomada de la tabla 15.

### Análisis:

Se ha determinado que un 67% de los hogares de la parroquia desean que un condimento aporte a su salud, por otra parte, un 18% manifiesta que el sabor también es



importante en un condimento, mientras que la presentación solo influye en un 15% por otra parte el 52% de las familias flotantes prefieren el condimento que aporte a la salud, también es importante el sabor, aunque solo lo prefiere el 27% y solo el 21% lo prefiere por su presentación.

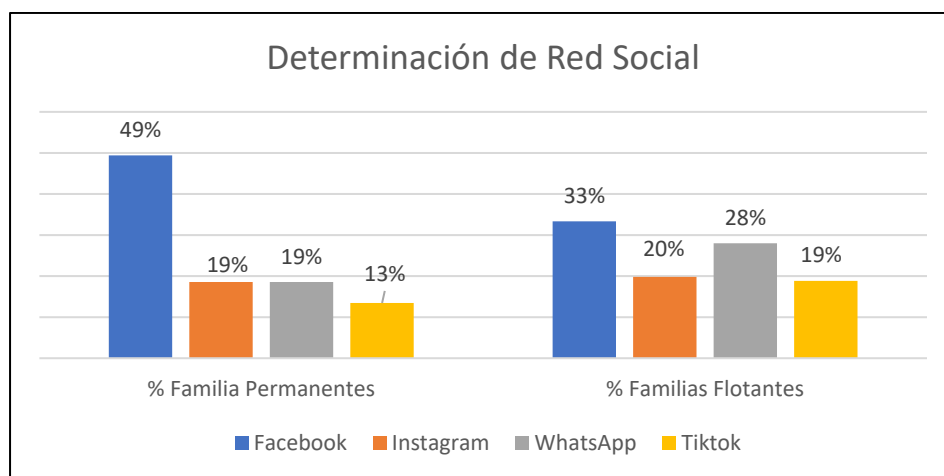
**15. ¿Qué redes utiliza con más frecuencia para informarse?**

**Tabla 16.**  
*Frecuencia de uso de red*

Red social	F. familias permanentes	% Familia Permanentes	F. Familias Flotantes	% Familias Flotantes
Facebook	125	49%	69	33%
Instagram	47	19%	41	20%
WhatsApp	47	19%	58	28%
Tiktok	34	13%	39	19%
<b>Total</b>	<b>253</b>	<b>100%</b>	<b>207</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Resultados de la pregunta 15.

**Figura 16.**  
*Frecuencia de uso de red*



**Nota:** Información tomada de la tabla 16.

**Análisis:**

La red más utilizada es el Facebook ya que el 49% de las familias permanentes usa esta red, además el uso del Instagram y WhatsApp es de un 38%, mientras que la red social poco utilizada es el TikTok ya que solo es utilizada por un 13% de la población por otra parte en las familias flotantes el 33% utiliza Facebook, el 28% prefiere WhatsApp solo el 20% y 19% revisan el Instagram y Tiktok consecutivamente.

## Encuesta aplicada a los oferentes.

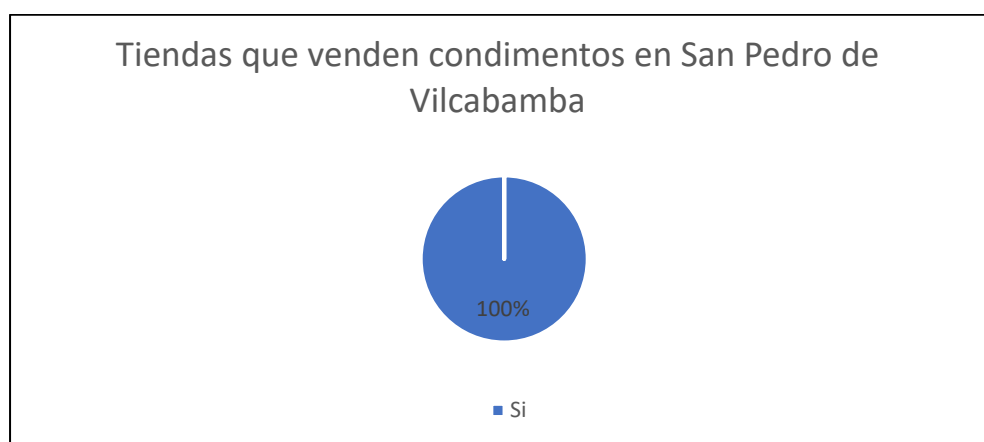
### 1. ¿Vende Condimentos?

**Tabla 17.**  
*Tiendas que venden condimentos*

Detalle	Tiendas	Frecuencia
Si	6	100%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Información tomada del trabajo de campo.

**Figura 17.**  
*Tiendas que venden condimentos den la parroquia San Pedro de Vilcabamba.*



*Nota:* Información tomada de la tabla 17.

### **Análisis:**

En los datos se puede analizar que en la parroquia San Pedro de Vilcabamba se vende condimentos en las 6 tiendas que existen en la misma.

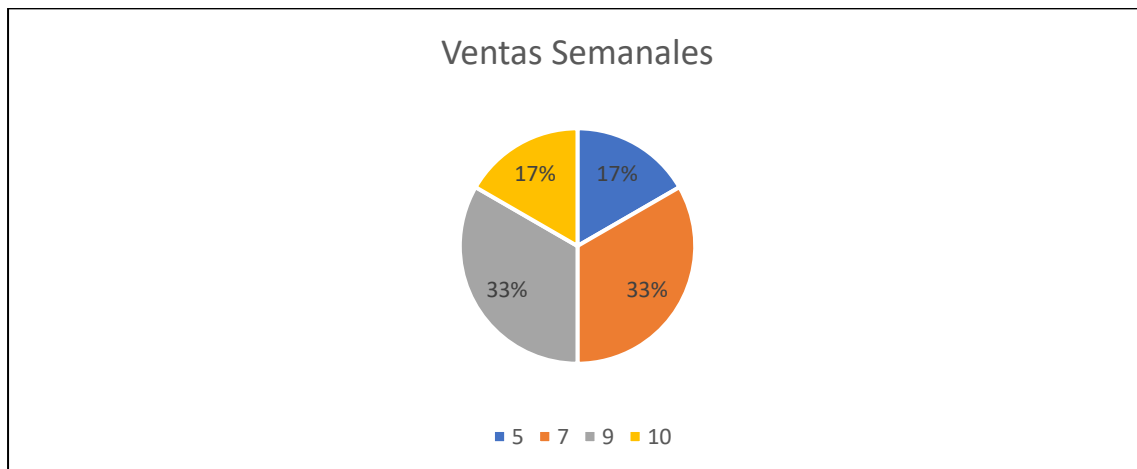
2. ¿Cuántas unidades de condimentos vende semanalmente? En el paréntesis indique una cantidad a su criterio.

**Tabla 18.**  
*Unidades vendidas Semanalmente de condimento*

Frecuencia semanal	Frecuencia	Porcentaje de ventas
5	1	17%
7	2	33%
9	2	33%
10	1	17%
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Información tomada del trabajo de campo.

**Figura 18.**  
*Unidades vendidas Semanalmente de condimento*



**Nota:** información tomada de la tabla 18.

**Análisis:**

En los datos se puede deducir que las tiendas de la parroquia San Pedro de Vilcabamba el 66% venden entre 7 y 9 unidades semanales, mientras que el 34% menciona vender 5 y 10 veces semanales.

## **7. Discusión:**

### **7.1 Estudio de Mercado.**

Conocer la demanda y oferta de los condimentos que existen en la parroquia fue primordial para arrancar con el estudio de mercado.

#### **7.1.1 Producto principal**

La empresa productora y comercializadora ofrecerá a sus clientes, condimento elaborado a base de pepa de aguacate, el mismo que cumplirá la función de mejorar el sabor de sus comidas ya preparadas, además este condimento contará con propiedades que ayudará a la conservación de la salud de las familias que lo consumirán, el peso neto del producto será de 50 gramos y su frasco de contenido será plástico.

#### **7.1.2 Producto secundario**

En vista de que se comprará la semilla de la fruta a los restaurantes de las parroquias Vilcabamba, San Pedro de Vilcabamba y Malacatos, el producto secundario será abono de la corteza de la semilla de aguacate.

#### **7.1.3 Producto sustituto**

Entre el producto sustituto que puede remplazar al condimento de pepa de aguacate es el orégano ya que en base a las encuesta se ha determinado que la mayoría de la población que consume condimentos, tienen preferencia por la especie mencionada anteriormente que además de su sabor, esta especie cuenta con las siguientes propiedades antioxidante que ayudan a evitar la degeneración de la piel y otros órganos del cuerpo, además también se lo usa como una antiinflamatorio entre otras, los beneficios de esta planta son similares a la de la semilla de palta.

#### **7.1.4 Producto complementario**

Como productos complementarios esta las carnes y ensaladas que son productos que se los suele consumir condimentados para mejorar el sabor y aroma de los mismos.

### 7.1.5 Mercado demandante

Los condimentos forman parte de los ingredientes que complementan los alimentos mejorando su sabor, por lo que se considera a las familias permanentes y flotantes de la parroquia San Pedro de Vilcabamba como demandantes.

1. Según el censo poblacional del año 2.010 en la parroquia existen 1.289 personas.

2. A la tasa de crecimiento de 0.021 se le suma 1 y se eleva a la 12 y así sucesivamente hasta llegar al 17.

$$(0,021+1)^{12} = (1.021)^{12} = 1,28$$

3. A la población 1.289 se los multiplica por los de la tasa de crecimiento elevados a los diferentes exponentes obteniendo la población proyectada.

$$1.289 * 1,28 = 1654.$$

4. A la población proyectada se la divide para 4 (dato referencial por hogar) obteniendo las familias permanentes de la parroquia.

$$1.654 / 4 = 414$$

5. A las familias permanentes se la multiplica por 50% obteniendo las familias flotantes  $414 * 50\% = 207$ .

**Tabla 19.**  
*Familias proyectadas.*

Nro.	Población	Tasa de crecimiento	Población proyectada	Familias permanentes	Familias flotantes
0		1,28	1.654	414	207
1		1,31	1.689	422	211
2	1.289	1,34	1.724	431	216
3		1,37	1.761	440	220
4		1,39	1.797	449	225
5		1,42	1.835	459	229

**Nota:** Datos tomado de la tabla 1.

### 7.2 Análisis de la demanda

Para el análisis de la demanda se consideró las preguntas 1; 2; 3 y 11 las cuales eran para cuantificar la demanda real, demanda potencial y demanda efectiva.

### 7.2.1 Demanda potencial

La demanda potencial es la cantidad de frascos de condimento de pepa de aguacate cuyo contenido es de 50gr que las familias permanentes y flotantes de San Pedro de Vilcabamba comprarían en un futuro a un precio determinado.

Para determinar la demanda potencial de consumo de las familias de la parroquia en frascos de 50 gramos de condimento elaborado a base de pepa de aguacate se realizó el siguiente proceso:

#### 7.2.1.1 Demanda Potencial de las Familias Permanentes

Para la determinación de la demanda potencial de las familias permanentes es necesario saber el consumo promedio anual del condimento por lo que para determinar el promedio de consumo se realizó los siguientes pasos:

1. Se multiplica los valores de la frecuencia de consumo de frascos al año por frecuencia de familias permanentes  $12 \times 41 = 492$ .

2. Se suman los valores de las familias permanentes, de la misma manera se hace con los valores de consumo anual.

$$(41+44+68+62+38=253) ; (492+792+1.632+1.736+1.140=5.792)$$

3. Se divide el total de Consumo anual para frecuencia de familias permanentes  $(5.792/253=23)$ .

4. El resultado es el promedio de consumo.

#### **Tabla 20.**

*Promedio de consumo anual de condimento de semilla de aguacate de las familias permanentes.*

Frecuencia de consumo de frascos de 50 gr. al año	Frecuencia de familias permanentes	Consumo anual	Promedio anual de consumo
12	41	492	
18	44	792	
24	68	1.632	23
28	62	1.736	
30	38	1.140	
Total	253	5.792	

**Nota:** Información tomada de la tabla 12.

Obtenido el promedio de consumo se calcula la demanda potencial de las familias permanentes en frascos de 50 gramos para ello se realizó el siguiente procedimiento:

1. Se consideró el total de familias permanentes de la parroquia con sus debidas proyecciones (tabla 19).

2. Se sumó los porcentajes de las respuestas de ingresos superiores a \$201,00 obteniendo un 99% (tabla 2).

3. Se multiplicó el 99% por los valores de la columna de todas las familias permanentes ( $414 \times 99\% = 410$ ).

4. Se toma el porcentaje de personas que consumen condimentos que es 98% (tabla 3) y se multiplica los valores de la columna porcentajes de ingresos superiores a \$201,00 ( $410 \times 98\% = 402$ ).

4. Los valores de la columna de personas que consumen condimentos se multiplica para el promedio consumo obteniendo la demanda potencial en frascos de 50 gramos ( $402 \times 23 = 9.255$ ).

**Tabla 21.**

*Determinación de la demanda potencial de consumo de las familias permanentes en frascos de 50 gramos.*

Familias Permanentes	Porcentaje de ingresos superiores a 201,00 (99%)	Porcentaje de familias que si consumen (98%)	Promedio de consumo	Demanda anual de las familias permanentes en frascos de 50 gramos
414	410	402		9.255
422	419	411		9.449
431	428	419		9.648
440	437	428	23	9.850
449	446	437		10.057
459	455	446		10.268

**Nota:** Información tomada de la tabla 2, 3, 19 y 21 del trabajo de campo.

**7.2.1.2 Demanda Potencial de las familias Flotantes.**

Para la determinación de la demanda potencial de las familias flotantes es necesario saber el consumo promedio anual del condimento por lo que para determinar el promedio de consumo se realizó los siguientes pasos:

1. Se multiplica los valores de la frecuencia de consumo de frascos al año por frecuencia de familias flotantes  $12 \times 35 = 420$ .

2. Se suman los valores de las familias flotantes, de la misma manera se hace con los valores de consumo anual ( $35 + 43 + 52 + 59 + 18 = 207$ ) ( $420 + 774 + 1.248 + 1.652 + 540 = 4.634$ )

3. Se divide el total de Consumo anual para frecuencia de familias flotantes ( $4.634 / 207 = 22$ )

4. El resultado es el promedio de consumo.

**Tabla 22.**

*Promedio de consumo anual de condimento de semilla de aguacate de las familias flotantes*

<b>Frecuencia de consumo de frascos de 50 gr. al año</b>	<b>Frecuencia de familias flotantes</b>	<b>Consumo anual</b>	<b>Promedio de consumo</b>
12	35	420	
18	43	774	
24	52	1.248	22
28	59	1.652	
30	18	540	
<b>Total</b>	<b>207</b>	<b>4.634</b>	

*Nota:* Información tomada de la tabla 12.

Ya determinado el consumo promedio de las familias flotantes se procede a calcular la demanda potencial de las familias flotantes en frascos de 50gr para ello se desarrolló el siguiente proceso:

1. Se consideró el total de familias flotantes de la parroquia con sus debidas proyecciones 207 (tabla 1).

2. Se sumó los porcentajes de las respuestas de ingresos superiores a \$201,00 obteniendo un 100% (tabla 2).

3. Se multiplicó el 100% por los valores de la columna de todas las familias flotantes ( $207 \times 100\% = 207$ ).

4. Se toma el porcentaje de personas que consumen condimentos que es 100% (tabla 3) y se multiplica los valores de la columna de familias con ingresos superiores a \$201,00 ( $207 \times 100\% = 207$ ).



6. Los valores de la columna de personas que consumen condimentos se multiplica para el promedio consumo obteniendo la demanda potencial en frascos de 50 gramos  
( $207 \times 22 = 4.549$ )

**Tabla 23.**  
*Determinación de la demanda potencial de consumo de las familias flotantes en frascos de 50 gramos*

Familias flotantes	Porcentaje de ingresos superiores a 201,00 (100%)	Porcentaje de familias que si consumen (100%)	Promedio de consumo	Demanda anual de las familias flotantes en frascos de 50 gramos
207	207	207	22	4.549
211	211	211	22	4.644
216	216	216	22	4.742
220	220	220	22	4.841
225	225	225	22	4.943
229	229	229	22	5.047

**Nota:** Información tomada de la tabla 2, 3, 19 y 22.

Para determinar la demanda total de la demanda potencial se sumó los valores de las columnas de demanda anual de las familias flotantes y permanentes en frascos de 50 gramos  
( $9.255 + 4.549 = 13.804$ ).

**Tabla 24.**  
*Demanda potencial en frascos de 50 gramos*

. Demanda anual de las familias permanentes en frascos de 50 gramos	Demanda anual de las familias flotantes en frascos de 50 gramos.	Demanda anual de en frascos de 50 gramos.
9.255	4.549	13.804
9.449	4.644	14.093
9.648	4.742	14.389
9.850	4.841	14.692
10.057	4.943	15.000
10.268	5.047	15.315

**Nota:** Información tomada de la tabla 21 y 23.

### 7.2.2 Demandad Real.

La demanda real es aquella que se constituye por la cantidad de bienes y servicios que consumen o utilizan un producto determinado en este caso sería de condimento elaborado con semilla de aguacate.

### 7.2.2.1 Demanda Real de las Familias Permanentes.

Para determinar la demanda real en frascos de 50 gramos de las familias permanentes es necesario conocer el promedio de consumo para ello se realizó el siguiente proceso:

1. Se tomó la información de la tabla 5.
2. Se multiplicó los datos de frecuencia de consumo anual de frascos de 50 gr. por frecuencia de familias permanentes ( $12 \cdot 16 = 192$ ).
3. Se suman los valores de la frecuencia de familias permanentes de la misma manera se realiza con los valores del consumo anual ( $16 + 11 + 6 + 5 + 2 = 40$ ) ( $192 + 165 + 120 + 125 + 60 = 617$ ).
4. Se divide el total de consumo anual para frecuencia de familias permanentes ( $617 / 40 = 17,42 = 17$ )
5. El valor obtenido es el promedio de consumo.

**Tabla 25.**  
*Promedio de consumo anual de condimento de semilla de aguacate de las familias permanentes*

Frecuencia de consumo de frascos de 50 gr. al año	Frecuencia de familias permanentes	Consumo Anual	Promedio de consumo anual de frascos de 50 gramos
12	16	192	17
15	11	165	
20	6	120	
25	5	125	
30	2	60	
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>662</b>	

**Nota:** Información tomada de la tabla 5.

Ya determinado el promedio de consumo se procede a realizar el siguiente proceso para encontrar la demanda real en frascos de 50 gramos de las familias permanentes:

1. Se toma la información de la tabla 19 proyección de las familias permanentes.
2. Los datos tomados se multiplica por 98% ( $410 \cdot 98\% = 402$ ).

2. Los valores del porcentaje de familias que si consumen (98%) se los multiplica por el porcentaje de familias que consumen condimento de semilla de aguacate 23% ( $402*23\%=92$ ).

3. Los valores de porcentaje de consumo de frascos de 50 gramos de condimento de semilla de aguacate 23% se multiplican por 17 obteniendo la demanda anual de frascos de 50 gramos ( $92*17=1.596$ )

Los resultados obtenidos son la demanda real en frascos de 50 gramos de las familias que consumen el condimento de semilla de aguacate.

**Tabla 26.**

*Determinación de la demanda real de consumo de las familias permanentes en frascos de 50 gramos.*

Familias Permanentes	Porcentaje de familias que si consumen (98%)	Porcentaje de consumo de frascos de 50 gramos de condimento de semilla de aguacate 23%	Promedio de compra anual	Demanda Real en frascos de 50 gramos.
410	402	92		1.596
419	411	94		1.630
428	419	96	17	1.664
437	428	98		1.699
446	437	100		1.735
455	446	102		1.771

**Nota:** Información tomada de la tabla 4, 19, 21 y 25.

**7.2.2.2 Demanda Real de las Familias Flotantes.**

De la misma manera para determinar la demanda real de las familias flotantes se procedió a buscar el promedio de consumo anual para lo cual se realizó el siguiente proceso:

1. Se tomó la información de la tabla 5.

2. Se multiplicó los datos de frecuencia de consumo anual de frascos de 50 gr. por frecuencia de familias flotantes ( $12*7=84$ ).

3. Se suman los valores de la frecuencia de familias flotantes de la misma manera se realiza con los valores del consumo anual ( $7+14+14+10+8=53$ ) ( $84+210+280+250+240=1.064$ ).

4. Se divide el total de consumo anual para frecuencia de familias flotantes  
( $1.064/53=20.07=20$ )

5. El valor obtenido es el promedio de consumo.

**Tabla 27.**

*Promedio de consumo anual de condimento de semilla de aguacate de las familias/*

Frecuencia de consumo de frascos de 50 gr. al año	Frecuencia de familias flotantes	Consumo Anual	Promedio de consumo anual de frascos de 50 gramos
12	7	84	
15	14	210	
20	14	280	20
25	10	250	
30	8	240	
<b>Total</b>	<b>53</b>	<b>1.064</b>	

**Nota:** Información tomada de la tabla 5.

Determinado el promedio de consumo anual se procedió a determinar la demanda real en frascos de 50 gramos realizando el siguiente procedimiento:

1. Se toma los datos de la tabla 19, las familias flotantes y se multiplica por 100% porcentaje de familias flotantes que consumen condimentos ( $207*100%=207$ ).

2. Los valores obtenidos se los multiplica por el 28% que es porcentaje de las familias flotantes que consumen el condimento (tabla 4) ( $207*28%=59$ ).

3. los valores del porcentaje de consumo de frascos de 50 gramos de condimento de semilla de aguacate 28% se multiplican por 20 obteniendo la demanda real de las familias que consumen el condimento de semilla de aguacate. ( $59*20=1.176$ ).

**Tabla 28.**

*Determinación de la demanda real de consumo de las familias flotantes en frascos de 50 gramos.*

Familias flotantes	Porcentaje de familias que si consumen (100%)	Porcentaje de consumo de frascos de 50 gramos de condimento de semilla de aguacate 28%	Promedio de compra anual	Demanda Real en frascos de 50 gramos.
207	207	59		1.176
211	211	60		1.201
216	216	61	20	1.226
220	220	62		1.252
225	225	64		1.278
229	229	65		1.305

**Nota:** Información tomada de la tabla 3, 4, 19 y 27.

Para conocer la demanda total real fue necesario sumar las demandas reales de las familias permanentes como flotantes ( $1.596*1.176=2.773$ )

**Tabla 29.**  
*Total demanda real en frascos de 50 gramos*

<b>Demanda Real de las familias permanentes en frascos de 50 gramos.</b>	<b>Demanda Real de las familias flotantes en frascos de 50 gramos.</b>	<b>Total demanda real.</b>
1596	1176	2773
1630	1201	2831
1664	1226	2891
1699	1252	2951
1735	1278	3013
1771	1305	3077

*Nota:* Información tomada de la tabla 26 y 28.

Nuestra demanda real es muy baja esto se debe a que el condimento que se pretende elaborar es un producto nuevo, que no se encuentra en los mercados de la ciudad y la parroquia, causando que las personas tengan un total desconocimiento de las propiedades del producto, razón por la cual los resultados no son los adecuados para considerar la idea de la implementación de la empresa, motivo por el cual se considera necesario no tomarla en cuenta y se tomara la demanda potencial para hacer la proyección de mi demanda efectiva.

### **7.2.3 Demanda Efectiva**

Dado el caso de que la demanda real de la parroquia San Pedro de Vilcabamba no es la adecuada para considerar la implementación de la empresa, consideré necesario tomar la demanda potencial para realizar las proyecciones procediendo a efectuar el siguiente proceso para determinar mi demanda efectiva de las familias de la parroquia.

#### **7.2.3.1 Demanda Efectiva de las Familias permanentes.**

Para la determinación de la demanda efectiva es necesario saber el consumo promedio anual del condimento por lo que para determinar el promedio de consumo se realizó los siguientes pasos:

1. Se multiplica los valores de la columna de consumo anual por los valores de la columna de cantidad de familias permanentes (Tabla 12) ( $12 \times 41 = 492$ ).
2. Se suman los valores obtenidos de la multiplicación de las dos columnas.
3. El valor obtenido de la suma de consumo anual se divide para el total de cantidad de familias permanentes (tabla 12).
4. El resultado es el promedio de consumo.

**Tabla 30.**

*Promedio de consumo anual de condimento de semilla de aguacate de las familias permanentes.*

<b>Frecuencia de consumo de frascos de 50 gr. al año</b>	<b>Frecuencia de familias permanentes</b>	<b>Consumo Anual</b>	<b>Promedio de consumo anual de frascos de 50 gramos</b>
12	41	492	
18	44	792	
24	68	1.632	23
28	62	1.736	
30	38	1.140	
<b>Total</b>	<b>253</b>	<b>5.792</b>	

**Nota:** Información tomada de la tabla 12.

Una vez obtenida el promedio de consumo anual de las familias se procedió a realizar lo siguiente:

1. Se tomó los datos de la tabla 21 y se multiplicó por 98% que es el porcentaje de familias que consumen condimento  $410 \times 98 = 395$
2. Se multiplica los valores de la columna 98% Familias que consumirán el condimento de semilla de aguacate y se multiplica por 23 que es el promedio de consumo ( $395 \times 23 = 9.033$ ).
3. Los resultados obtenidos son las familias que consumirían el condimento de semilla de aguacate.

**Tabla 31.**

*Determinación de la demanda efectiva de consumo de las familias permanentes en frascos de 50 gramos*

<b>Familias Permanentes</b>	<b>98% Familias que consumirán el condimento de semilla de aguacate</b>	<b>Promedio de compra anual en presentación de 50 gramos</b>	<b>Demanda Efectiva en frascos de 50 gramos.</b>
410	395		9.033
419	403		9.223
428	411	23	9.417
437	420		9.614
446	429		9.816
455	438		10.022

*Nota:* Datos sacados de la tabla 3, 21, y 30.

### **7.2.3.2 Demanda Efectiva de las Familias Flotantes.**

Para determinar la demanda efectiva de consumo de estas familias en frascos de 50 gramos es necesario determinar el promedio de consumo anual de consumo del condimento para ello se realizó el siguiente proceso:

1. Se multiplica los valores de la columna de consumo anual por los valores de la columna de familias flotantes ( $12 \times 35 = 420$ ).
2. Se suman los valores de frecuencia de familias permanentes de la misma manera se hace con consumo anual ( $35 + 43 + 52 + 59 + 18 = 207$ ) ( $420 + 774 + 1248 + 1.652 + 540 = 4.634$ ).
3. Se divide los valores obtenidos  $4.634 / 207 = 22$
4. El resultado es el promedio de consumo.

**Tabla 32.**

*Promedio de Consumo Anual en frascos de 50 gramos de las familias flotantes*

<b>Frecuencia de consumo de frascos de 50 gr. al año</b>	<b>Frecuencia de familias permanentes</b>	<b>Consumo Anual</b>	<b>Promedio de consumo anual de frascos de 50 gramos</b>
12	35	420	
18	43	774	
24	52	1248	22
28	59	1652	
30	18	540	
<b>Total</b>	<b>207</b>	<b>4634</b>	

*Nota:* información tomada de la tabla 12.

Una vez obtenido el promedio de consumo anual se procedió a sacar la demanda real en frascos de 50 gramos de las familias flotantes a continuación se muestra los pasos:

1. Se tomó los datos de la tabla 19 y se procedió a multiplicar por 98% que es el porcentaje de familias que consumirían condimento de semilla de aguacate ( $207 \cdot 98\% = 203$ ).

2. Los valores de las familias que consumirán el condimento de semilla de aguacate se multiplicó por el promedio de consumo ( $203 \cdot 22 = 4.541$ ).

3. El resultado obtenido es la demanda efectiva en frascos de 50 gramos.

**Tabla 33.**

*Determinación de la demanda efectiva de consumo de las familias flotantes en frascos de 50 gramos.*

Familias flotantes	Familias que consumirán el condimento de semilla de aguacate 98%	Promedio de compra	Demanda efectiva en frascos de 50 gramos.
207	203		4.541
211	207		4.636
216	211	22	4.734
220	216		4.833
225	220		4.935
229	225		5.038

*Nota:* Datos sacados de la tabla 3, 19 y, 32.

**7.2.3.3 Total de la Demanda Efectiva.**

Para conocer el total de la demanda efectiva fue necesario sumar las cantidades de las demandas efectivas de las familias flotantes como permanentes.

$$9.033 + 4.541 = 13.574$$

**Tabla 34.**

*Total de la demanda efectiva de 50 gramos de las familias flotantes y permanentes.*

Demanda Efectiva de las Familias Permanentes en frascos de 50 gramos	Demanda Efectiva de las familias flotantes en frascos de 50 gramos	Total de demanda efectiva en frascos de 50 gramos
9.033	4.541	13.574
9.223	4.636	13.859
9.417	4.734	14.150
9.614	4.833	14.447
9.816	4.935	14.751
10.022	5.038	15.061

*Nota:* Información tomada de las tablas 31 y 33, elaboración del autor.

**7.2.4 Análisis de la oferta**

La oferta se representa por la cantidad condimentos de semilla de aguacate que los productores están dispuestos a ofertar en el en el mercado bajo algunas condiciones.



Con el análisis de la oferta se pretende determinar la cantidad de condimentos que los oferentes colocan en el mercado, por lo que se ha investigado a la competencia en relación a la cantidad que venden.

En este caso se consideró la encuesta aplicada a los oferentes en la parroquia San Pedro de Vilcabamba existen 6 negocios que venden condimentos de 50 gramos.

**a. Estimación de la Oferta.**

Para determinar la oferta en la parroquia San Pedro de Vilcabamba, se procedió a entrevistar a los dueños de las tiendas con la finalidad de recabar información que permita cuantificar la oferta.

**Tabla 35.**  
*Cálculo de la oferta actual*

Detalle	Tiendas	Condimento	Tiempo	Oferta
Mensual	6	100	12	1200

*Nota: Datos sacados de la investigación de campo.*

**7.2.5 Proyección de la oferta**

La oferta es aquella cantidad de productos o servicios que un grupo determinado de productores (oferentes) ponen a disposición del mercado.

Empresas productoras de condimentos existen en la ciudad por lo que se vio conveniente investigar la tasa de crecimiento para determinar la oferta.

En base a lo investigado se tomó del informe calificación de riesgo inicial a la segunda emisión de obligaciones industria lojana de especerías ILE C.A. página 6 que la tasa de crecimiento de los condimentos es de 2.4%.

Datos que se tomaran para aplicar la siguiente fórmula:

$$Oa = O(r + i)^n$$

Donde:

Oa = Oferta actual.

O = Oferta.

1 = Constante.

I= Porcentaje de crecimiento 2.4%/100=0,00024.

n= Número de años transcurridos.

Para el cálculo de la proyección de la oferta se realizó el siguiente proceso:

1. Se tomó el valor 1.200 por 2,4% dato tomado de: calificación de riesgo inicial a la segunda emisión de obligaciones industria lojana de especerías ile c.a. página 6 que es el porcentaje de crecimiento al cual se lo sumo por uno y se lo elevo para 1 que es el año 1.

$$1.200*(1+2.4\%)^1 = 1.200*(1,024)$$

2. Se multiplicó 1.200 por 1,024 obteniendo la oferta proyectada (1.200\*1,024=1.229)

**Tabla 36.**  
*Proyección de la Oferta*

Años	Oferta	Tasa de crecimiento	Oferta proyectada en frascos de 50 gramos
0	1.200	2,4%	1.200
1	1.200	$(1+2,4\%)^1$	1.229
2	1.200	$(1+2,4\%)^2$	1.258
3	1.200	$(1+2,4\%)^3$	1.288
4	1.200	$(1+2,4\%)^4$	1.319
5	1.200	$(1+2,4\%)^5$	1.351

**Nota:** Datos tomados de la tabla 35, elaboración del autor.

### 7.2.6 Demanda insatisfecha

Está constituida por la variedad de condimentos alimenticios que hacen falta en el mercado para cubrir las necesidades del consumidor, lo que se busca es aprovechar una oportunidad en el mercado.

Demanda insatisfecha= demanda efectiva- oferta proyectada.

Para determinar la demanda insatisfecha se realizó el siguiente procedimiento:

1. Se tomó los datos de la demanda efectiva y los datos de la oferta proyectada tabla 34 y 36.

2. A la demanda efectiva se le resta la oferta proyectada y se obtuvo la demanda insatisfecha 13.662-1.200=12.462.

**Tabla 37.**  
*Cálculo de la Demanda Insatisfecha*

<b>Años</b>	<b>Demanda Efectiva</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>
0	13.662	1.200	12.462
1	13.949	1.229	12.720
2	14.242	1.258	12.983
3	14.541	1.288	13.252
4	14.846	1.319	13.527
5	15.158	1.351	13.807

**Nota:** datos tomados de la tabla 34 y 36, elaboración del autor.

### **7.2.7 Comercialización del Producto.**

#### **a. Producto**

El condimento de pepa de aguacate para mejorar el sabor de los alimentos, es de origen vegetal, que se produce a partir de la mezcla de especias con el fin de sazonar y mejorar el sabor de los alimentos que se consumirán.

La parroquia San Pedro de Vilcabamba se encuentra entre la parroquia Vilcabamba y Malacatos, los que se consideran como lugares turísticos gracias a su ubicación geográfica y son reconocidos por su rica gastronomía, principalmente por el plato típico de repe blanco y la arveja con guineo que se lo consume con el aguacate se aprovechara el desperdicio de su semilla y el cultivo de especias para elaborar el condimento, el mismo que ayudará a las familias permanentes como flotantes de la parroquia San Pedro de Vilcabamba a mejorar el sabor de sus alimentos, ayudando a la conservación de la salud de quienes lo consumirán.

Se producirá solo una presentación de 50 gramos de condimento que servirá para mejorar el sabor de las carnes, ensaladas entre otros alimentos.

#### **Logotipo de la Empresa.**

En el logo de la empresa se colocó la imagen de un aguacate mostrando su semilla, la misma que representa el ingrediente principal del condimento, las letras L&L representan los apellidos de las personas que apoyaran en el proyecto del condimento de semilla de aguacate.

**Figura 19.**  
*Logotipo de la empresa*



**Nota:** Simbología de la empresa.

### **Packaging.**

El condimento será envasado en frasco plástico, este tipo de frasco se lo eligió en el trabajo de campo realizado, además el envase es resistente ante las caídas, y evita que el contenido llegue a mojarse, ayudando a mantener la temperatura adecuada del condimento y mantener el aroma del condimento.

Además, estos frascos se les colocará la etiqueta para dar a conocer la marca del producto, su peso, ingredientes y sobre todo la fecha de elaboración y expiración.

**Figura 20.**  
*Presentación del frasco de contenido del condimento*



**Nota:** Frascos de contenido del condimento

### **Packaging de la empresa.**

#### **Slogan.**

“Un Regalo de la Naturaleza”, la frase hace referencia a que el consumo adecuado de condimentos en sus alimentos ayudará a la conservación de la salud, dejando de lado el consumo de productos que contienen componentes químicos que puede perjudicar la salud.

#### **b. Plaza.**

Para la distribución del producto se tomará como canal de comercialización la tienda propia, ya que se ha determinado en el trabajo de campo realizado en el sector, que las familias permanentes y flotantes de la parroquia, que con frecuencia recurren a las tiendas a comprar o adquirir los condimentos para sus alimentos.

#### **c. Ubicación.**

La empresa estará ubicada en la provincia de Loja, cantón Loja, parroquia San Pedro de Vilcabamba, donde se ha realizado el estudio de mercado.

#### **d. Comercialización y Distribución.**

La plaza para la comercialización de la empresa productora y comercializadora de condimento de pepa de aguacate, será la parroquia San Pedro de Vilcabamba donde se realizó el estudio de mercado.

#### **e. Publicidad.**

Con base a la investigación de campo que se aplicó se determinó mediante la pregunta 15 que la publicidad en redes sociales será en las siguientes redes: Facebook, Instagram.

El objetivo de la publicidad es hacer que el cliente se motive a realizar la compra del condimento elaborado a base de semilla de aguacate que la empresa ofrecerá, además poder posicionar en la mente del consumidor.

**Figura 21.**  
 Post para la publicidad en redes sociales



*Nota:* elaborado en plataforma Canva.

### 7.2.8 Promoción y Publicidad.

Es la forma o manera en la que comunicará, informará y recordará de manera oral o visual las principales características del condimento elaborado a base de semilla de aguacate además que permitirá acelerar el proceso de venta.

**Tabla 38.**  
 Presupuestos de publicidad

Presupuesto de Marketing.	Cantidad	Unidad de medida	Costo Unitario	Costo total
Medios Digitales	20	Valor mensual	0,50	120
<b>Total costo anual</b>				<b>120</b>

*Nota:* información tomada de Facebook, Instagram, propietarios de los medios de comunicación, elaboración propia.

### 7.3 Estudio Técnico.

En el presente proyecto el estudio técnico se determina con el tamaño adecuado del proyecto, su localización, distribución física y su ingeniería para la puesta en marcha.

### **7.3.1 Tamaño Del Proyecto.**

#### **7.3.1.1 Tamaño**

El tamaño del proyecto se lo determinará con exactitud con base a los factores que interviene directamente en la capacidad instalada, es decir la demanda y oferta, para esto se consideró los resultados que se obtuvieron en el estudio de mercado, es decir los resultados que se obtuvo de la demanda insatisfecha.

El condimento elaborado a base de semilla de aguacate y su comercialización en la parroquia San Pedro de Vilcabamba, será único, el mismo estará envasado en frasco de plástico de 50 gramos.

- **Capacidad Instalada.**

La capacidad instalada es la cantidad de producción máxima que podría tener la empresa, utilizando el 100% de la capacidad de cada factor que comprenden el proceso productivo y se estimará el tiempo que se utiliza para las jornadas de trabajo que hay que considerar.

- **Determinación de la capacidad instalada.**

Para determinar la capacidad instalada primeramente se procedió a determinar en el flujograma de procesos el tiempo necesario para producir 50 frascos de 50 gramos de condimento elaborado con semilla de aguacate, obteniendo como resultado 480 minutos que son una jornada de trabajo, lo cual será tomado para determinar la capacidad instalada y utilizada.

Para el cálculo de la capacidad instalada se realizó el siguiente procedimiento:

1. Se considera los 50 frascos que se elaboran en una jornada (8 horas) y se los multiplica por 3 jornadas obteniendo los frascos producidos en tres jornadas ( $50 \times 3 = 150$ ).
2. Los 150 frascos que se realizan en tres jornadas se los multiplica por 365 días obteniendo la capacidad instalada ( $150 \times 365 = 54.750$ ).

3. El resultado obtenido es la producción anual es decir la capacidad instalada.

**Tabla 39.**  
*Capacidad Instalada*

Años	Frascos producidos en 8 horas	Jornadas	Frascos producidos en 1 días	Días de producción anual	Capacidad instalada
1	50	3	150	365	54.750
2	50	3	150	365	54.750
3	50	3	150	365	54.750
4	50	3	150	365	54.750
5	50	3	150	365	54.750

**Nota:** Información tomada de la tabla 51, elaboración del autor.

- **Capacidad Utilizada.**

El código de trabajo en el artículo 47 menciona que el tiempo de trabajo máximo en el día de una persona es de 8 horas diarias o 40 horas a la semana, este es el factor principal que influye en la capacidad utilizada.

Para determinar la capacidad utilizada fue necesario saber cuántos frascos se elaboran en un año laboral, para eso realice el siguiente proceso:

1. Se consideró los 50 frascos que se elaboran en una jornada de trabajo.
2. Se multiplica el valor por 250 que son los días laborales del año ( $50 \times 250 = 12.375$ ).
3. El valor obtenido son los frascos anuales.

**Tabla 40.**  
*Capacidad utilizada.*

Años	Frascos producidos en 8 horas	Días laborales de año	Frascos producidos en año laboral
1	50	250	12.375
2	50	250	12.375
3	50	250	12.375
4	50	250	12.375
5	50	250	12.375

**Nota:** Información tomada de la tabla 45, elaboración del autor

Para determinar el porcentaje de la capacidad utilizada se realizó el siguiente proceso:

1. Se consideró el valor de la capacidad instalada y el valor de la capacidad utilizada en frascos de 50 gramos.



2. Se divide la capacidad utilizada para la capacidad instalada ( $12.375/54.750=0.23$ ).
3. El valor que se obtiene se lo multiplica por 100 y se obtiene el porcentaje que se utiliza de la capacidad instalada ( $0.23*100=23\%$ ).

**Tabla 41.**  
*Porcentaje de la capacidad utilizada*

Año	Capacidad instalada	Capacidad Utilizada	Porcentaje a utilizarse
1	54.750	12.375	23%
2	54.750	12.375	23%
3	54.750	12.375	23%
4	54.750	12.375	23%
5	54.750	12.375	23%

**Nota:** Información tomada de la tabla 39 y 40

### 7.3.1 Porcentaje de participación en el mercado.

La participación en el mercado se la determina en base a la demanda insatisfecha que existe en nuestro lugar de estudio en donde se pretende implementar la empresa productora y comercializadora de condimento elaborado a base de pepa de aguacate y tomando la capacidad utilizada, en base a estos datos se logra determinar el porcentaje que se cubre en el mercado.

**Tabla 42.**  
*Porcentaje de Participación en el mercado.*

Año	Demanda Insatisfecha	Capacidad utilizada	% participación en el mercado
0	12.462	12.375	99%
1	12.720	12.375	97,29%
2	12.983	12.375	95,31%
3	13.252	12.375	93,38%
4	13.527	12.375	91,49%
5	13.807	12.375	89,63%

**Nota:** Fuentes tabla 31 y 35, elaboración del autor.

### 7.3.2 Localización

Con lo referente a la localización aquí se ubicará de manera geográfica el lugar donde se implementará la empresa “L&L LTDA”, para esto se debe de analizar diferentes aspectos fundamentales que son quienes constituyen la ubicación de la misma, entre estos se mencionan a los factores económicos y el mercado que se encuentra posesionado.

### 7.3.2.1 Macro localización.

El proyecto estará ubicado en la provincia de Loja, ya que se encuentra en la Región Sur que es uno de los más importantes centros administrativos, económicos, financieros y comerciales del sur de Ecuador, en el cantón Loja por es el más grande y poblado de la provincia, la parroquia San Pedro de Vilcabamba porque es conocida por sus ríos y su gastronomía que incentiva a propios y extraños a realizar turismo en este sector.

**Figura 22.**

*Mapa ubicación Cantón Loja*



**Nota:** Imagen tomada de Colaboradores de Wikipedia, "Provincia de Loja", en Wikipedia: La enciclopedia libre, [https://es.wikipedia.org/wiki/Provincia\\_de\\_Loja](https://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Loja).

### 7.3.2.2 Micro localización.

Para la micro localización de la empresa se analizaron dos sectores definidos y que están disponibles en la parroquia San Pedro de Vilcabamba, donde la planta de producción y comercialización se la puede instalar para realizar las actividades de la misma, los barrios a realizar el análisis son los siguientes:

- ✓ Ubicación A: Barrio Panecillo (sector 5 esquinas)
- ✓ Ubicación B: Barrio central.

### 7.3.2.3 Factores que Determinaran la Localización.

Para determinar la micro localización de la empresa productora y comercializadora de condimento elaborado a base de semilla de aguacate es necesario analizar los factores que ayuden a identificar las ventajas y desventajas que ofrece cada ubicación de la empresa.

Para realizar el análisis de los factores es necesario tomar la herramienta que Nassir Sapag Chain en su libro llamado preparación y evaluación de proyectos, sexta edición, menciona el método cualitativo por puntos que consiste en una matriz en donde se analizaran dos ubicaciones del proyecto para darles valores cuantitativos a cada factor, según la importancia de los mismos, para de esta manera determinar cuál de las ubicaciones (A o B) será la más ideal para la ubicación de la empresa del proyecto.

La matriz de método por puntos contiene lo siguiente:

- ✓ **Factor:** en esta casilla se ubican todos los factores que serán analizados para la ubicación de la empresa.
- ✓ **Peso:** se da valor a los factores considerando que la sumatoria del mismo no debe ser mayor a 1.
- ✓ **Calificación:** los valores a asignarse se los da a criterio personal, considerando que deben ser de 1 a 10 y que se pueden repetir.
- ✓ **Ponderación:** es el resultado de la multiplicación del peso por la calificación considerando que el de mayor puntaje es el idóneo para la ubicación.

Los factores a ser analizados serán los siguientes:

- ✓ **Transporte:** Es necesario contar con una facilidad de transporte de la materia prima para la empresa donde se pretende elaborar el condimento, para ello es necesario determinar la facilidad de acceso de los vehículos como el costo menor de traslado de la materia prima.

✓ **Cercanía de la materia prima:** es conveniente para la empresa que la materia prima se encuentre lo más cerca posible de la materia prima ya que esto nos ayudara a reducir costos de transporte y tiempo de traslado de la materia prima.

✓ **Facilidad de acceso para los clientes:** los clientes son un factor clave por ello la ubicación de la empresa debe de estar en un sector clave, considerando siempre los gastos del transporte.

✓ **Costo de arriendo del local:** en vista a los escasos locales comerciales en la parroquia es necesario determinar el más adecuado y rentable para la empresa, costo fijo no debe influir mucho en los costos de la empresa ayudando a su rentabilidad.

✓ **Servicios básicos:** la empresa se encontrará en el centro de la parroquia motivo por el cual los servicios de agua, luz y teléfono son indispensables y de acceso fácil para la empresa.

✓ **Infraestructura y espacio del local:** el local a rentarse debe de contar con el espacio amplio para la instalación de la maquinaria, el desarrollo de las actividades a realizarse para la producción de los condimentos y su comercialización.

A continuación, se presenta la matriz de cualitativa por puntos:

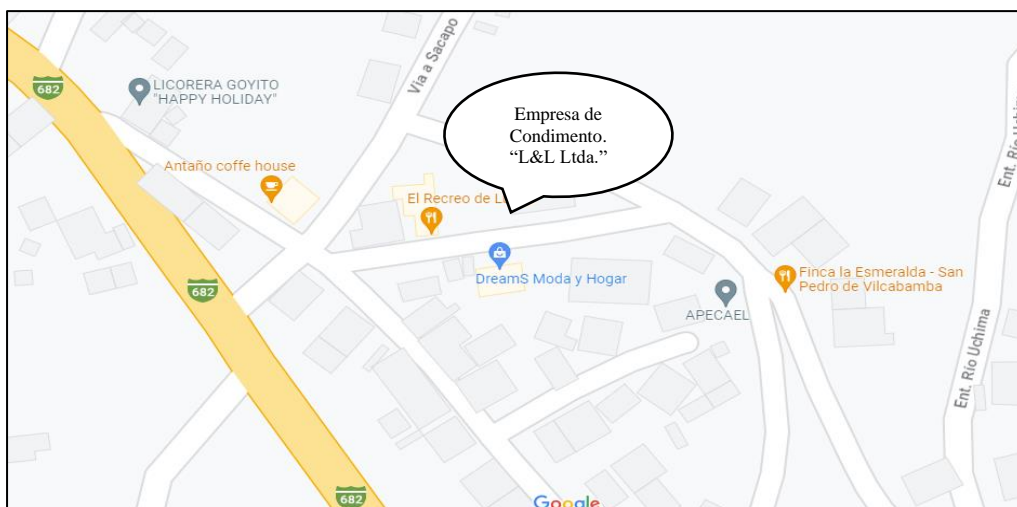
**Tabla 43.**  
*Matriz de factores de localización para la empresa*

Factor	Peso	Ubicación A		Ubicación B	
		Calificación n	Ponderación	Calificación n	Ponderación
Transporte	0,17	6	1,02	5	0,85
Cercanía de la Materia prima	0,17	7	1,19	6	1,02
Facilidad de acceso de los clientes	0,18	6	1,08	6	1,08
Costo de arriendo del local	0,18	7	1,26	6	1,08
Servicios Básicos	0,15	8	1,2	7	1,05
Infraestructura y espacio del local	0,15	5	0,75	4	0,6
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>6,5</b>		<b>5,68</b>

*Nota:* Elaboración propia del autor.

Ya realizada la matriz se procede a realizar un análisis, la misma que determina como lugar más adecuado para la ubicación de la empresa es la ubicación A, barrio el Panecillo sector las 5 esquinas, ya que dicho sector cumple con los requisitos que se necesitan para la implementación de la empresa, es decir cumple con transporte, cercanía de la materia prima. Facilidad de acceso de los clientes, costo de arriendo de local, servicios básicos y la infraestructura y espacio del local.

**Figura 23.**  
*Microlocalización de la empresa*



*Nota: Sacado de Google Maps.*

### **7.3.3 Ingeniería del Proyecto.**

La ingeniería del proyecto es aquella que permitirá planificar la instalación del equipo, funcionamiento, secuencia de los procesos, la distribución física de la planta y conocer el personal a utilizar en la producción.

#### **Requerimientos para el funcionamiento de la empresa.**

- **Materia Prima Directa.**

Las materias primas a utilizar son: semilla de aguacate, orégano, comino y sal.

- **Materia prima indirecta.**

Se necesitará: frascos plásticos de 50 gramos.

- **Equipos y materiales de producción.**

La maquinaria que se utilizará será la siguiente:

**Tabla 44.**  
*Equipos y materiales de producción*

Equipos y materiales	Descripción
	<p><b>Horno semi industrial deshidratador en acero:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaborada en hermanos Ochoa.</li> <li>- Capacidad de 3 libras.</li> <li>- Funciona a gas.</li> <li>- Deshidratara la semilla de aguacate.</li> </ul>
	<p><b>Molino Manual</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Marca corona</li> <li>- Sera utilizado para moler la semilla deshidratada</li> </ul>
	<p><b>Rallador manual de acero inoxidable.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Será utilizado para rallar la semilla de aguacate antes de ser deshidratado.</li> <li>- El valor del rallador es de 7,00</li> </ul>
	<p><b>Paila de acero inoxidable.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Marca umco.</li> <li>- Será utilizado para mesclar los ingredientes del condimento a elaborarse.</li> <li>- El precio de la paila es de \$45,00</li> </ul>
	<p><b>Cuchillo de mano.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Será utilizado para pelar la semilla de aguacate que se utilizará para el condimento.</li> <li>- El precio del cuchillo es de \$2.50</li> </ul>
	<p><b>Balanza colgante Kambor.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Será utilizado para pesar los 50 gramos de contenido del condimento.</li> <li>- El precio de la balanza es de \$4,00</li> </ul>
	<p><b>Cilindro de gas, válvula y maguera.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sera utilizado para conectar al horno deshidratador.</li> <li>- El precio de cilindro es de \$40,00</li> <li>- La válvula cuesta \$6,00</li> <li>- Manguera cuesta \$4,00.</li> <li>- Abrazadera para apretar la manguera.</li> </ul>


**Nota:** Información tomada del proyecto.

- **Muebles y enseres.**

Dentro del proyecto en muebles y enseres se ha considerado lo siguiente: escritorio, sillón, estantes de archivadores, basureros, mesas, vitrina, dispensador para papel higiénico, dispensador para jabón líquido.

**Tabla 45.**  
*Muebles y enseres*

Muebles y enseres	Descripción
	<p><b>Escritorio de madera.</b> Será utilizado en la oficina de administración. El precio es de \$120,00</p>
	<p><b>Sillas plásticas.</b> Se lo utilizará para reuniones o esperas de posibles clientes en la oficina de administración. El precio por unidad es de \$10,00</p>
	<p><b>Estantes de archivadores.</b> Serán utilizados en el departamento de administración para archivar los documentos o registros de la empresa. El valor por unidad es de \$60,00</p>
	<p><b>Basureros Plásticos.</b> Serán utilizados para poner la basura de las diferentes partes de la empresa. El valor por unidad es de \$3,00</p>
	<p><b>Percha de aluminio.</b> Será utilizado para exhibir los condimentos y venderlos en la empresa directamente en la parroquia San Pedro de Vilcabamba. El precio por unidad es de \$ 70,00</p>
	<p><b>Dispensador de papel higiénico</b> Marca Soto, será utilizado para el papel uso fácil del papel higiénico en el baño. El precio por unidad es de \$10,00</p>

Muebles y enseres	Descripción
	<p><b>Dispensador de jabón líquido.</b> Será utilizado para el aseo de las manos después de hacer las necesidades fisiológicas. El precio por unidad es de 4,25</p>

*Nota:* Información sacada de varios proveedores, imágenes tomadas de internet.


- **Equipo de oficina.**

Dentro de los equipos de oficina se utilizará lo siguiente: grapadora, esferos, sacapuntas, borrador, lápiz, calculadora, perforadora, archivadores de documentos, teléfono convencional.

**Tabla 46.**  
*Equipo de Oficina*

Equipo de oficina	Detalle
	<p><b>Grapadora.</b> Se la utilizará para unir los documentos que estén conformados por varias hojas. El precio por unidad es de \$2,00</p>
	<p><b>Esferos.</b> Serán utilizados para firmas o escritos de documentos que sean necesarios realizarlos a mano. El precio por unidad es de \$0,35</p>
	<p><b>Sacapuntas.</b> Se los utilizará para sacar punta a los lápices de la oficina. El precio por unidad es de \$0,25</p>
	<p><b>Lápiz.</b> Se lo utilizará para el desarrollo de documentos borradores que se necesiten. <b>El precio por unidad es de \$0,30</b></p>
	<p><b>Calculadora.</b> Se la utilizará para realizar cuenta con facilidad. <b>El precio es de \$10,00</b></p>
	<p><b>Perforadora.</b> Será utilizado para hacer huecos en las hojas que permita archivarlos en los archivadores que se utilizarán. <b>El precio es de \$4,00</b></p>



Equipo de oficina	Detalle
	<p><b>Archivadores de documentos.</b> Los archivadores se los utilizará para archivar los documentos que sean de importancia para la empresa. <b>El precio por unidad es de \$2,00</b></p>

*Nota:* Información sacada de varios proveedores, imágenes tomadas de internet.

- **Equipo de cómputo.**

El equipo de cómputo que se necesitarán será: computadora, impresora, regulador de voltaje.

**Tabla 47.**  
*Equipo de computo*


Equipo de computo	Detalle
	<p><b>Computadora.</b> Se la utilizará para tener respaldos de la información que se va creando en la empresa, además de elaborar documentos y otros usos más. El precio es de \$450,00</p>
	<p><b>Impresora.</b> <b>Marca canon</b> Se la utilizará para imprimir documentos de la empresa. El precio es de \$200,00</p>
	<p><b>Regulador de Voltaje.</b> Se lo utilizará para proteger la computadora ante variaciones de la electricidad El precio del mismo es de \$7,00</p>



*Nota:* Información sacada de varios proveedores, imágenes tomadas de internet.

- **Útiles de aseo.**

Dentro de los útiles de aseo se necesitarán: escoba, trapeador, recogedor de basura, papel higiénico, jabón líquido, detergente, toallas, desinfectante, lava vajilla.

**Tabla 48.**  
*Útiles de aseo*

Útiles de aseo	Detalle
	<p><b>Escoba.</b> Se utilizará para barrer las instalaciones de la empresa. El precio es de \$2,50</p>

Equipo de computo	Detalle
	<p><b>Trapeador.</b> Se lo utilizará para trapear el piso de la empresa. El precio es de \$5,00</p>
	<p><b>Recogedor de basura.</b> Será utilizado en la limpieza de la empresa. Su costo es de \$2,50</p>
	<p><b>Papel Higiénico.</b> Será utilizado en el baño de la empresa. Su costo es de \$6,50</p>
	<p><b>Jabón líquido.</b> Se lo utilizará para el aseo de las manos. El precio es de \$4,00</p>
	<p><b>Detergente.</b> Será utilizado para el aseo de las instalaciones de la empresa. El precio es de \$8,00</p>
	<p><b>Toallas.</b> Será utilizado para el secado de las manos del personal de la empresa. El precio es de \$3,00</p>
	<p><b>Desinfectante.</b> Será utilizado para un profundo aseo de la empresa. El precio es de \$3.50</p>
	<p><b>Lava vajilla.</b> Se lo utilizará para el aseo de las pailas, cuchillos, molino, vasijas entre otros E precio es de \$3,50</p>

**Nota:** Información sacada de varios proveedores, imágenes tomadas de internet.

### 7.3.4 Distribución Física de la Planta.

Las instalaciones necesarias para la empresa productora y comercializadora de condimento de semilla de aguacate, debe contar con un espacio de 8 metros de largo y 5 metros de ancho e incluirá lo siguiente: área de producción, administrativa, bodega y local de venta.

**Figura 24.**  
Distribución de la planta



**Nota:** elaboración propia del autor.

**a) Proceso de Producción.**

Para la elaboración del producto se debe detallar cada una de las actividades que se tomarán en cuenta para el proceso productivo, y se considera la simbología presente a continuación:

**Tabla 49.**  
Simbología del Diagrama de Flujo del Proceso

Grafica	Significado
	Operación
	Demora
	Inspección
	Transporte
	Almacenamiento
	Espera

**Nota:** Información tomada del trabajo de campo.

**Tabla 50.**  
*Diagrama de procesos para la elaboración del condimento de semilla de aguacate.*

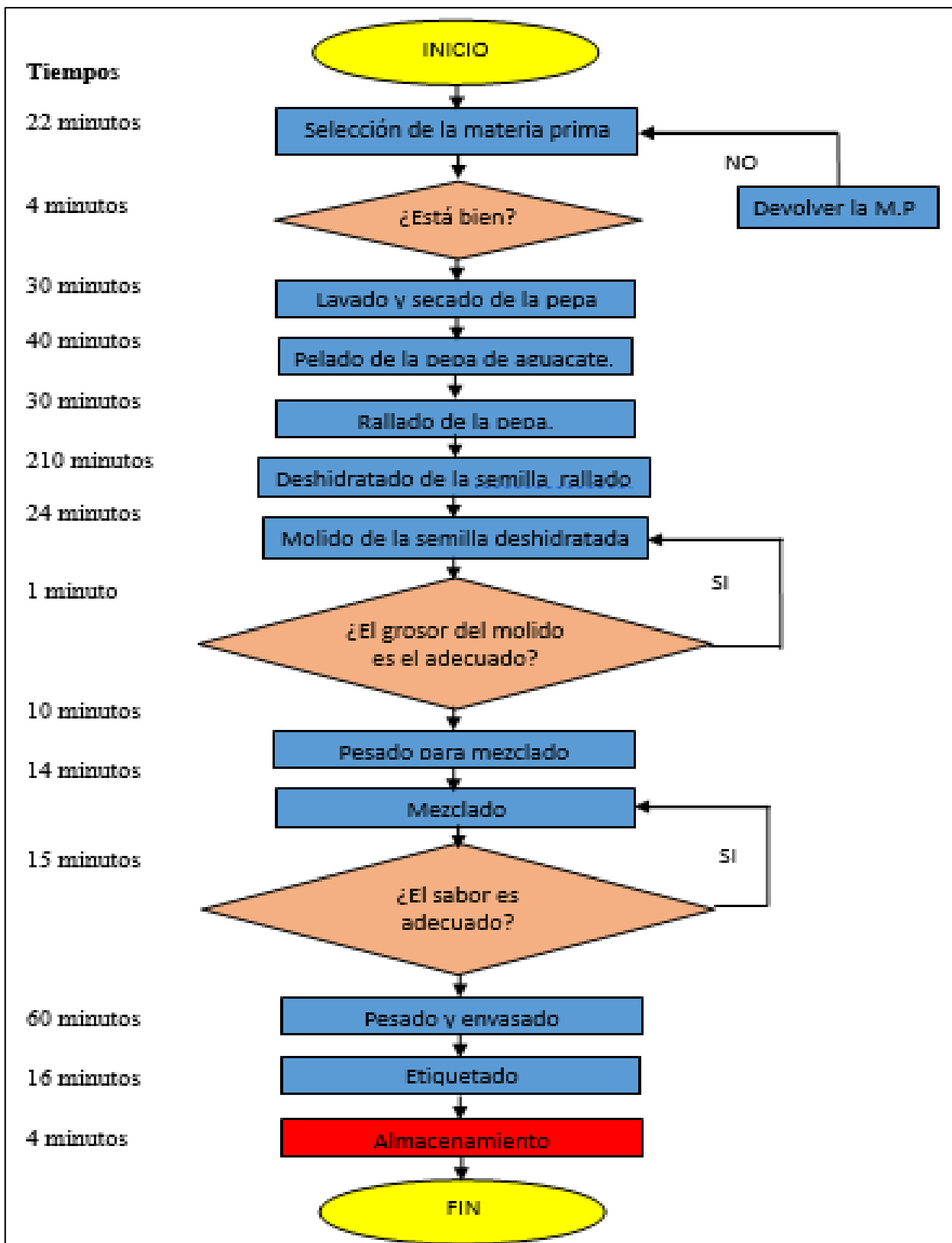
Fases	Actividades	Simbología	Tiempo
1	Selección de materia prima	X	22 minutos
2	Control de calidad	X	4 minutos
3	Lavado y secado	X	30 minutos
4	Pelado	X	40 minutos
5	Rallado	X	30 minutos
6	Deshidratado	X	210 minutos
7	Molido	X	24 minutos
8	Control de calidad molido	X	1 minuto
9	Pesado para mezclado	X	10 minutos
8	Mezclado	X	14 minutos
9	Control de calidad	X	15 minutos
10	Pesado y envasado	X	60 minutos
11	Etiquetado	X	16 minutos
12	Almacenamiento	X	4 minutos
<b>Total en minutos</b>			<b>480 minutos</b>
<b>Total en horas</b>			<b>8 horas</b>

**Nota:** En la tabla se demuestra el tiempo requerido en cada actividad necesaria para la producción de 50 frascos de condimentos, el tiempo para la producción es de 480 minutos (8 horas).

### 7.3.5 Diagrama de flujo.

Es aquel en el que se representa gráficamente el proceso productivo del condimento de semilla de aguacate

**Figura 25.**  
Diagrama de flujo



**Nota:** El tiempo empleado para producir 50 frascos de condimento es de 480 minutos (8 horas)

#### **a) Proceso Productivo.**

El proceso productivo comprende todas las actividades que se realizaran para la producción del condimento de semilla de aguacate.

**Selección de materia prima:** la selección de la materia prima es importante para la elaboración del producto debido a que en este punto se aparta las pepas que no están en óptimas condiciones de ser utilizadas y puedan causar contratiempos en el proceso de producción del condimento, esta tarea se la desarrolla en 24 minutos.

**Control de calidad:** en esta actividad se controla que la semilla seleccionada cumpla con los requisitos para su utilización en la elaboración del condimento.

**Lavado y secado:** toda semilla de aguacate que haya sido seleccionada para la elaboración del condimento tiene que ser lavada y secada para poder tener una manipulación adecuada de la pepa al momento de proceder a sacar la corteza del hueso de aguacate este proceso tomará un tiempo de 32 minutos.

**Pelado:** En esta actividad se procede a realizar el desprendimiento de la corteza de la semilla de aguacate con la finalidad de que al rallar la pepa no este con componentes innecesarios, en este proceso se emplean 40 minutos

**Rallado:** en el rallado de la pepa de aguacate se procede a ubicar la semilla de aguacate en la máquina ralladora para continuamente proceder a deshidratar, en esta actividad se emplearán 30 minutos.

**Deshidratado:** esta es la actividad clave ya que en base a esta actividad se procede a secar la semilla rallada de pepa de aguacate con el fin de poder obtener el polvo de aguacate, en esta actividad se tomará el tiempo de 210 minutos, obteniendo la semilla rallada totalmente seca para ser molida.

**Molido:** El molido será de manera manual y es necesario revisar el grosor del molido ya que en base a esto se obtendrá el polvo de aguacate con el que se mesclara y se prepara el

condimento para el consumo de las familias de la parroquia, el tiempo para el molido es de 25 minutos.

**Control de calidad:** en esta actividad se revisa que el molido de la semilla sea el adecuado para su consumo, en caso de no ser el adecuado se procede a ser remolido.

**Pesado para el mesclado:** Es necesario pesar las diferentes especies que se mesclaran con el condimento para obtener las porciones exactas de cada frasco para ello es necesario 10 minutos.

**Mesclado:** Aquí se procede a mesclar el polvo de pepa de aguacate con orégano, comino y sal, para posteriormente envasarlo en sus respectivos frascos, el tiempo de mezclado es de 14 minutos.

**Control de calidad:** Una vez que se ha realizado la mezcla se procede a realizar un pequeño control de calidad para verificar que esté homogéneamente mezclado todo, lo cual toma un tiempo de 15 minutos.

**Pesado y envasado:** Una vez realizado el control de calidad se procede a pesar los 50 gramos el contenido del condimento para continuamente envasarlo en el frasco, este proceso tiene una duración de 60 minutos.

**Etiquetado:** ya realizado el pesado y envasado, se procede a etiquetar cada frasco producido durante el día de trabajo para lo cual se demora un tiempo de 20 minutos, una vez realizado el etiquetado se lo almacena para su respectiva distribución.

#### **7.4 Estudio Organizacional.**

Para la constitución de la empresa productora y comercializadora de condimento de semilla de aguacate se debe tomar en cuenta las normas y reglamentos que está dispuesto dentro de la Constitución de la República del Ecuador, la Ley de Compañía y demás leyes y reglamentos vigentes para su operatividad.

#### **7.4.1 Organización Jurídica**

Analizado la naturaleza y los fines que tiene la empresa “**L&L Ltda**” misma que será conformada como COMPAÑÍA LIMITADA, ya que, tomando en cuenta según la Ley de Compañías, según el Art. 92 “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,” la denominación de esta compañía deberá contener Compañía Limitada

#### **7.4.2 Base Legal**

Este apartado sirve para realizar la constitución de una empresa misma que debe reunir cada uno de los requisitos dispuestos por la Ley.

##### **Nombre de la empresa**

Según lo determinado en el artículo 92, de la Ley de Compañías, que se encuentra vigente en el Ecuador, la razón social de la empresa es la siguiente: “**L&L**” **Ltda**

##### **Nombre o razón social de la empresa.**

De acuerdo a la base legal entregada el nombre de la empresa será: Empresa de Condimento. “**L&L Ltda.**”

##### **Objeto social.**

La empresa se dedicará a la producción y comercialización de Condimento elaborado con semilla de aguacate.

##### **Plazo de duración.**

La empresa tendrá una duración de 5 años de vida útil del proyecto a partir de la fecha de suscripción de la misma en el Registro Mercantil.

##### **Domicilio**

Su domicilio será en el barrio Panecillo sector las cinco esquinas, parroquia San Pedro De Vilcabamba, cantón Loja de la provincia de Loja.



La empresa se constituirá como responsabilidad limitada, con 2 socios, que responderán por sus obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales.

#### **Requisitos para el permiso municipal**

- Copia de RUC
- Copia de cédula del encargado de la empresa.
- Formulario lleno otorgado por el municipio
- Adjuntar el balance general de la empresa
- Declarar el capital de inicio de la operación de la empresa
- Pago de patente municipal
- Permiso de cuerpo de bomberos
- Permiso del ministerio de salud

#### **Requisitos para permiso del cuerpo de bomberos**

- Copia de RUC
- Copia de representante de la empresa
- Solicitud dirigida al jefe de bomberos, con datos de tipo de empresa y localización
- Inspección de perito en las instalaciones, contar con señalización y extintor.
- Cancelación de valor fijado por la empresa de forma anual.

#### **Requisitos para el permiso del Ministerio de Salud**

- Exámenes de laboratorio de sangre, eses y orina
- Certificado médico
- Permiso de bomberos
- Copia de RUC
- Informe de sanidad

Una vez revisada toda la información será emitida al control sanitario y obteniendo de esta manera el permiso correspondiente.

### **7.4.3 Filosofía empresarial**

Greem food es una marca que quiere generar una nueva experiencia de sabor y nutrición mediante la combinación de especial que ayudan a mejorar el sabor los alimentos además de sus propiedades medicinales, generando una nueva experiencia en los sabores de los alimentos.

#### **7.4.3.1 Misión**

La empresa “L&L Ltda” es una empresa conformada por pequeños empresarios de la parroquia San Pedro de Vilcabamba, misma que está dedicada a la producción y comercialización de condimento de semilla de aguacate, ofreciendo productos característicos a cada uno de sus consumidores, además de que contiene beneficios nutricionales en su alimentación.

#### **7.4.3.2 Visión**

La empresa “L&L Ltda” a futuro pretende ser líder en la comercialización de condimento de semilla de aguacate, de esta manera será una empresa competitiva y eficiente dentro del mercado.

#### **7.4.3.3 Objetivos estratégicos**

- Ofrecer un producto característico a las familias de la parroquia.
- Posicionamiento dentro del mercado con el condimento de semilla de aguacate.
- Mantener los valores profesionales de todo el personal que labora dentro de la empresa.
- Investigaciones frecuentes en la creación de nuevos productos, así como el desarrollo y la innovación de los mismos satisfaciendo de esta forma algunas de las necesidades de las familias

#### 7.4.3.4 Valores

Los valores en la empresa son de vital importancia, los mismo que deben de estar de acuerdo con los integrantes de la empresa.

- **Responsabilidad:** Se encontrará en el cumplimiento de las obligaciones, además de afrontar en el resultado de las acciones realizadas.
- **Respeto:** respetar a los compañeros de trabajo, además de ser cortés ante el público, así como estar dispuesto a aprender de los errores.
- **Unión:** realización del trabajo en equipo para el cumplimiento de y logro de las metas.
- **Integridad:** actuar siempre con ética y coherencia, siempre respetando las decisiones y políticas empresariales sin esperar ningún tipo de beneficio personal.
- **Honestidad:** actuar con transparencia y sinceridad en la empresa.
- **Innovación:** creación de nuevos productos, con la libertad de expresar y dar ideas.

#### 7.4.4 Estudio Administrativo.

##### 7.4.4.1 NIVELES JERÁRQUICOS.

Se basa en la repartición y delegación de funciones a los miembros de la empresa, los cuales se hace de acuerdo a la definición de los niveles de la empresa y considerando el organigrama.

- ✓ **Nivel legislativo:** La Junta General de Socios se encuentra en este nivel, los mismos que ponen las políticas, normas y procedimientos que regirán durante la vida de funcionamiento de la empresa.
- ✓ **Nivel ejecutivo:** El gerente de la empresa será el responsable directo de la administración y ejecución de las actividades internas de la empresa.

- ✓ **Nivel asesor:** Está constituido por el asesor jurídico que se encargará de manejar asuntos judiciales de la empresa, estos servicios serán requeridos ocasionalmente por la empresa.
- ✓ **Nivel operativo:** Este nivel es el más importante de la empresa, ya que aquí se ejecutará las disposiciones emanadas del nivel ejecutivo, que tienen que ver con las actividades inherentes a la producción y comercialización del producto.

#### 7.4.5 Organigramas.

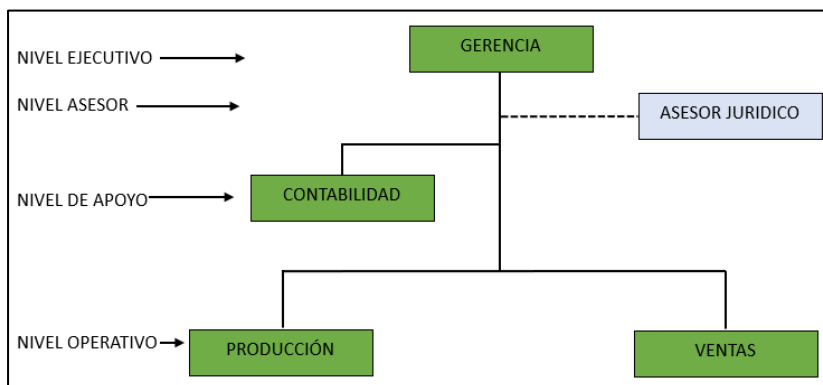
Son representaciones gráficas que indican los aspectos más importantes de la estructura de la empresa mostrando la repartición de las funciones, niveles jerárquicos y líneas de autoridad.

**Organigrama estructural:** Es la representación gráfica de toda la organización, dando a primera vista un panorama de todas las unidades administrativas y sus relaciones de jerarquía o dependencia.

**Organigrama funcional:** permite conocer funciones principales que están asignadas en cada una de las unidades administrativas con la respectiva relación de autoridad y dependencia.

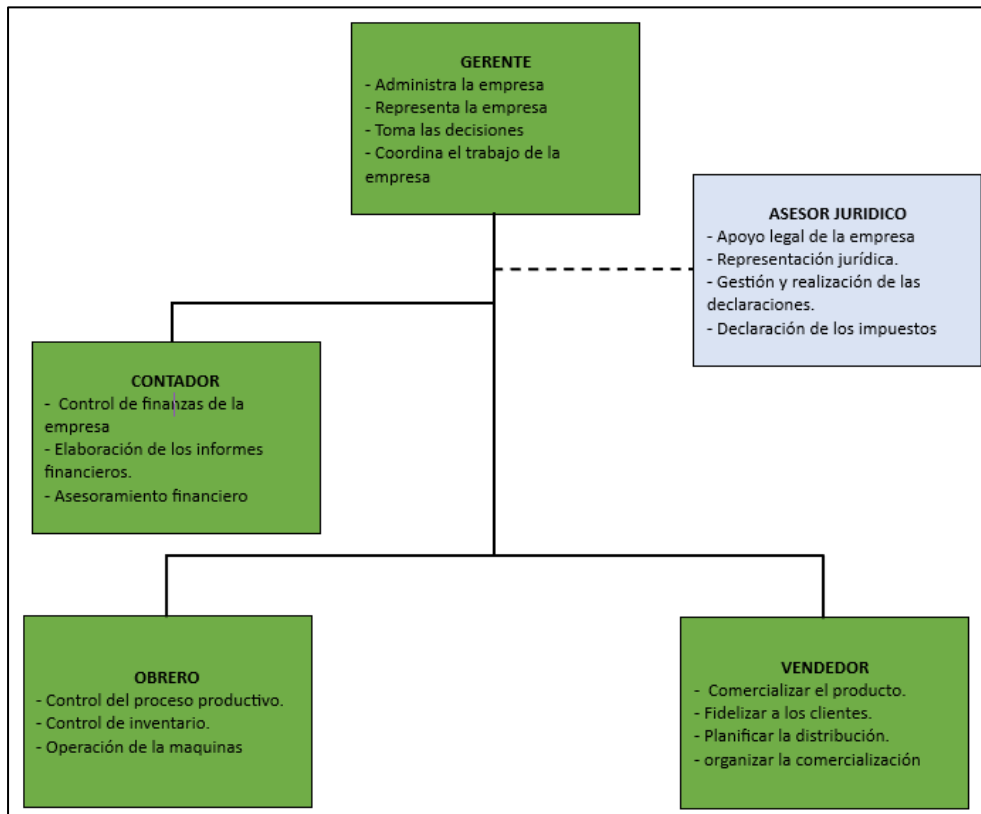
**Organigrama posicional:** Indica el cargo de la persona y el nivel de remuneración del mismo.

**Figura 26.**  
*Organigrama estructural*



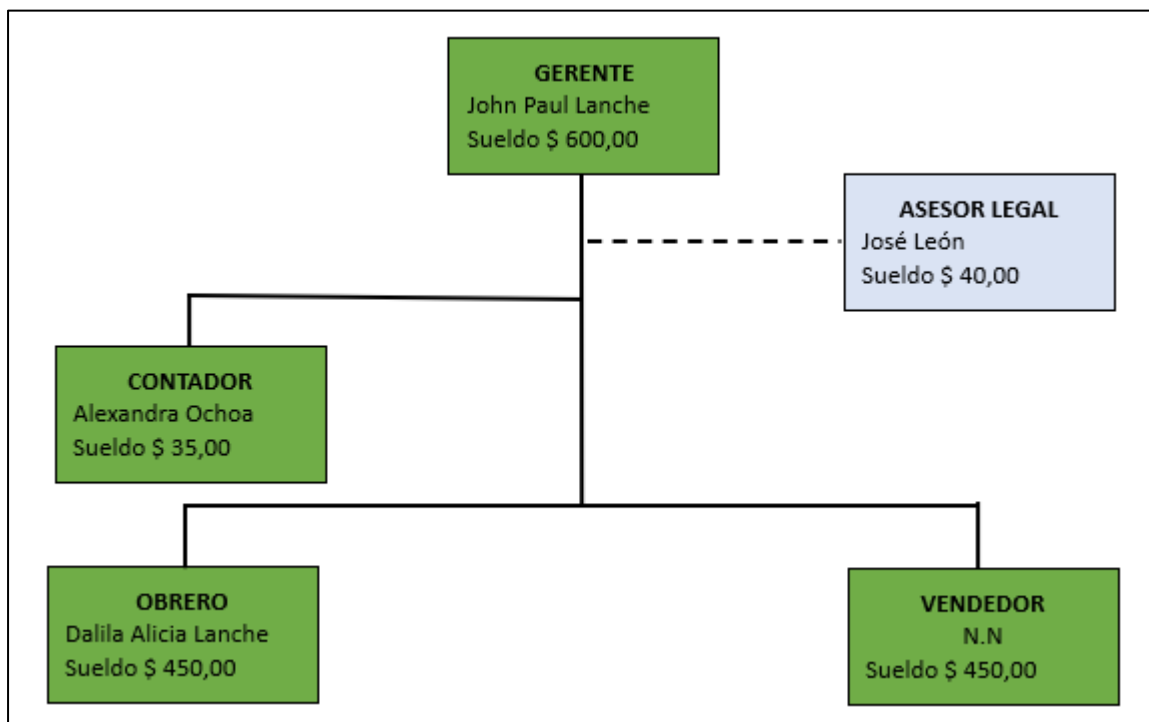
**Nota:** Elaboración propia del autor

**Figura 27.**  
*Organigrama Funcional*



**Nota:** Elaboración propia del autor.

**Figura 28.**  
*Organigrama Posicional*



**Nota:** Elaboración propia del autor.

#### 7.4.5.1 Manual de funciones.

Este instrumento de trabajo contiene un conjunto de normas y tareas que desarrollará cada funcionario en sus actividades cotidianas, en otras palabras, estos definen el perfil del puesto de trabajo que se realizará en la empresa.

#### Formato para el manual de funciones.

- ✓ Nivel.
- ✓ Título del puesto.
- ✓ Superior inmediato.
- ✓ Subalternos.
- ✓ Naturaleza del trabajo.
- ✓ Funciones principales.
- ✓ Funciones secundarias.
- ✓ Requisitos.

**Tabla 51.**  
*Manual de Función de los socios.*

	<b>Código</b>	1
	<b>Departamento</b>	Administración
	<b>Título del puesto</b>	Socios
	<b>Nivel</b>	Legislativo
	<b>Supervisa a</b>	Todo el personal de la empresa.

#### **Naturaleza del trabajo**

- Legislar y normar los aspectos de mayor importancia.

#### **Funciones Principales**


- Discutir y aprobar las decisiones de mayor trascendencia en la vida de la empresa.
- Deliberar y aprobar los montos de los dividendos o porcentajes de utilidades que corresponden a cada socio.
- Normar los procedimientos y dictar reglamentos

#### **Requisitos mínimos**

- Ser mayor de edad
- Contar con capital propio
- No tener antecedentes penales

**Nota:** Se detallan todos los requerimientos que se necesitan para obtener el puesto.

**Tabla 52.**  
Manual de función del gerente.

 <b>EMPRESA DE CONDIMENTO.</b> <b>"L&amp;L LTDA."</b> "Un Regalo de la Naturaleza"	<b>Código</b>	2
	<b>Departamento</b>	Administración
	<b>Título del puesto</b>	Gerente
	<b>Nivel</b>	Ejecutivo
	<b>Supervisa a</b>	Todo el personal.

### **Naturaleza del trabajo**

- Administrar los recursos de la empresa, realización de la gestión empresarial como planificación, organización, dirección y control de acuerdo a las políticas de la empresa

### **Funciones Principales**

- Realización de la negociación de las materia prima y materiales necesarios para la producción y comercialización del condimento elaborado con semilla de aguacate.
- Efectuar la representación legal de la empresa.
- Autorizar y firmar ordenes, cheques y demás documentos que el reglamento autorice para el correcto funcionamiento.
- Contratar el talento humano que se requiera para el cumplimiento de las actividades necesarias para la empresa.
- Supervisar y analizar la información contable.
- Elaborar y controlar la implantación de políticas, normas y procedimientos

### **Características de clase**


Tener iniciativa permanente para identificar estrategias de mercadotecnia y liderazgo.

### **Requisitos mínimos**

- **Educación:** Superior tercer Nivel.
- **Especialización:** Administración de empresas (Ingeniera comercial)
- **Experiencia:** 1 año en puestos similares

**Nota:** Se detallan todos los requerimientos que se necesitan para obtener el puesto.

**Tabla 53.**  
*Manual de Funciones del Asesor Jurídico*

 <b>EMPRESA DE CONDIMENTO.</b> <b>"L&amp;L LTDA."</b> "Un Regalo de la Naturaleza"	<b>Código</b>	3
	<b>Título del puesto</b>	Asesor Jurídico
	<b>Nivel</b>	Asesor
	<b>Reporta</b>	Gerente
	<b>Supervisa a</b>	Ninguno

**Naturaleza del trabajo**

- Asesoramiento y representación jurídica de la empresa con carácter temporal

**Funciones Principales**

- 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.
- Colaborar en la formulación de reglamentos que normarán el buen funcionamiento del talento humano en la empresa.

**Características de clase**

- Presentar los informes legales al gerente y representación jurídica de la empresa

**Requisitos mínimos**


- **Educación:** Superior tercer Nivel
- **Especialización:** Abogado.
- **Conocimientos adicionales:** Tramites jurídicos.
- **Experiencia:** 1 año en puestos similares

---

**Nota:** Se detallan todos los requerimientos que se necesitan para obtener el puesto.



**Tabla 54.**  
Manual de función del Contador

 EMPRESA DE CONDIMENTO. "L&L LTDA." "Un Regalo de la Naturaleza"	<b>Código</b>	4
	<b>Título del puesto</b>	Contadora
	<b>Nivel</b>	Apoyo
	<b>Reporta</b>	Contadora
	<b>Supervisa a</b>	Ninguno

**Naturaleza del trabajo**

- Manejar y tramitar documentos e información confidenciales de la empresa, Ejecutar operaciones contables y realizar el análisis financiero.
- Presentar informes y análisis económicos contables cuando el gerente crea conveniente.
- Ejecutar otras tareas conexas a las ya descritas según el criterio del superior.

**Funciones Principales**

- Llevar actualizado el sistema contable de la empresa.
- Asesorar los procedimientos referentes a contratación del personal, salarios, permiso de funcionamiento entre otros.
- Colaborar en la formulación de reglamentos que normarán el buen funcionamiento del talento humano en la empresa.

**Características de clase**


- Requiere de conocimientos de estados financieros y manejo de computadora y tecnología.

**Requisitos mínimos.**

- **Educación:** Superior tercer Nivel.
- **Especialización:** Contabilidad.
- **Conocimientos adicionales:** Registros contables.
- **Experiencia:** 1 año en puestos similares

*Nota:* Se detallan todos los requerimientos que se necesitan para obtener el puesto.

**Tabla 55.**  
Manual de Función del Obrero

 EMPRESA DE CONDIMENTO. "L&L LTDA." "Un Regalo de la Naturaleza"	<b>Código</b>	5
	<b>Título del puesto</b>	Obrero
	<b>Nivel</b>	Operativo
	<b>Reporta</b>	Gerente
	<b>Supervisa a</b>	Ninguno

### Naturaleza del trabajo

- Realizar actividades del proceso productivo del condimento elaborado con semilla de aguacate

### Funciones Principales

- Realizar la limpieza diaria del sitio de trabajo y mantenimiento de la maquinaria.
- Receptar, limpiar y seleccionar la materia prima.
- Introducir la materia prima en la maquinaria correspondiente.
- Envasar y etiquetar el producto terminado.
- Almacenar el producto terminado en las vitrinas correspondientes.
- Ubicar el producto terminado en el vehículo para la distribución.
- Usar la vestimenta apropiada en producción.

### Características de clase

- Mantener la higiene necesaria en el área de producción y en toda la empresa y ser responsable en el desarrollo del proceso productivo

### Requisitos mínimos

- **Educación:** Bachiller.
- **Especialización:** Ninguna
- **Conocimientos adicionales:** Manejo de maquinaria.
- **Edad:** 18 años.
- **Iniciativa:** Proactiva.
- **Responsabilidad por persona:** Responderá por su propio trabajo.
- **Lugar de trabajo:** Instalación de la empresa.

**Nota:** Se detallan todos los requerimientos que se necesitan para obtener el puesto.

## 7.5 Estudio Financiero.

En el estudio financiero se analiza la viabilidad del proyecto, para ello es necesario ubicar de manera ordenada cada recurso tanto material, humano y tecnológico que la empresa necesita de manera monetaria, y estos rubros ayudan a conocer la inversión necesaria para la creación de la empresa "L&L LTDA".

La información que se obtendrá durante el estudio económico me servirá para poder realizar la evaluación financiera del proyecto.

### 7.5.1 Inversión

La inversión son aquellos gastos que la micro empresa productora y comercializadora de condimento de semilla de aguacate realizará antes de poner en marcha, para ello se requerirá activos como: terreno, construcción, maquinaria y equipo, herramientas, vehículo, muebles y enseres, equipo de oficina, equipo de cómputo.

La inversión para la empresa Condimento. “L&L Ltda.” Se ha considerado dividirla en: Inversión de activos fijos, inversión de capital de trabajo e inversión en activos diferidos.

#### 1. Activos Fijos.

Son todos los bienes tangibles que son importantes dentro del proceso productivo que tienen un tiempo de vida útil y se deprecian a excepción del terreno.

- **Presupuesto Maquinaria y Equipo.**

Está constituido por las partes más importantes de la microempresa, ya que son las máquinas con las que se producirá el condimento, esto tendrá un costo de \$ 1.643,00

**Tabla 56.**  
*Presupuesto de Maquinaria*

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Total
Deshidratador	1	1.500,00	1.500,00
Válvula, manguera, y abrazadera	1	9	9
Cilindro de gas	1	30	30
Rallador	1	4	4
Cuchillo	1	3	3
Cucharas de acero inoxidable	2	4	8
Fuentes	2	2,5	5
Paila de acero inoxidable	1	40	40
Molino de mano	1	35	35
Balanza	1	4	4
Playo	1	2,5	2,5
Perica	1	2,5	2,5
<b>Total</b>			<b>1.643,00</b>

*Nota:* Presupuesto de Comercial Ochoa Hermanos.

- **Presupuesto de muebles y enseres.**

Son los bienes que ayudarán a trabajar de forma cómoda y segura a los trabajadores y personal administrativa, así mismo como de estantes para colocar archivadores y pallets de madera para las bodegas. Su costo será de \$ 364,25.

**Tabla 57.**  
*Presupuesto de Muebles y Enseres*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total</b>
Escritorio	1	90	90
Silla giratoria	1	40	40
Sillas plásticas	4	8	32
Estantes de archivadores	1	50	50
Basureros	2	2,5	5
Mesas	2	40	80
Vitrina	1	55	55
Dispensador papel higiénico	1	8	8
Dispensador jabón líquido	1	4,25	4,25
Total			364,25

**Nota:** Elaboración propia presupuesto de la ImportCredit.

- **Presupuesto de Equipo de Cómputo.**

Los equipos de cómputo son los más importantes para el área administrativa, contable y de ventas, ya que nos permitirá realizar tareas contables y administrativas, para poder almacenar la información de la empresa, esto tendrá un costo de \$ 535,00

**Tabla 58.**  
*Presupuesto de equipo de cómputo*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total</b>
Computadora	1	371	371
Regulador de Voltaje	2	7	14
Impresora	1	150	150
Total			535,00

**Nota:** Elaboración propia presupuesto de Toners.

- **Presupuesto de Reinversión**

Se considera los activos que deben de ser renovados debido a que culminan la vida útil antes de los 5 años de vida del proyecto.

**Tabla 59.**  
*Presupuesto de Reinversión*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total</b>
Computadora	1	371	371
Regulador de Voltaje	2	7	14
Impresora	1	150	150
<b>Total</b>			<b>535,00</b>

**Nota:** Información tomada de la tabla 59

- **Vehículo**

El vehículo será el medio de transporte de la materia prima que se necesita para la elaboración de la empresa, para ello se consideró una moto cuyo valor es de \$3.500,00

**Tabla 60.**  
*Vehículo de la empresa*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total</b>
Moto	1	3.500,00	3.500,00
<b>Total</b>			<b>3.500,00</b>

**Nota:** Información toda de Motos&bike

### 7.5.2 Resumen de Activos Fijos

**Tabla 61.**  
*Resumen de activos Fijos*

<b>Activo Fijo</b>	<b>Valor del activo</b>
Maquinaria y Equipo	1.643,00
Vehículo	3.500,00
Muebles y Enseres	364,25
Equipo de Computo	535,00
Reinversión de equipo de computo	596,61
<b>Total</b>	<b>6.042,25</b>

**Nota:** Elaboración propia fuente tabla 57 hasta 61.

### 7.5.3 Depreciación de los Activos Fijos.

Es la pérdida gradual de valor de los activos fijos, para lo cual se utiliza el método de línea recta.

**Tabla 62.**  
*Depreciación de los Activos Fijos*

Activo Fijo	Valor	Vida Útil	% Depreciación	Depreciación Anual	Valor rescate
Maquinaria y Equipo	1.643,00	10	10%	147,87	164,30
Muebles y Enseres	364,25	10	10%	32,78	36,425
Equipo de Computo	535,00	3	33%	118,89	178,32
Reinversión de equipo de computo	596,61	3	33%	133,24	196,88
<b>Total</b>	<b>3.138,86</b>			<b>432,79</b>	<b>575,92</b>

*Nota:* Elaboración propia, fuente tabla 62

## 2. Activos Diferidos

Son todos los requerimientos que la empresa necesita para la puesta en marcha.

**Tabla 63.**  
*Inversiones de Activo Diferido*

Activo	Costo Total
Estudio Preliminar	500,00
Registro de la marca	300,00
Constitución de la empresa	500,00
<b>Total</b>	<b>1.300,00</b>

*Nota:* Elaboración propia fuente asesor legal y vicos tv.

### 7.6 Amortización de Activos Diferidos

Son aquellos valores que la empresa hace en los gastos preoperativos, cuyo valor de amortización es el resultado de la división del valor de los activos diferidos para el número de años de vida económica del proyecto, a continuación, se detalla en el siguiente cuadro:

**Tabla 64.**  
*Amortización de Activos Diferidos*

Años	Amortización	Saldo
0		1.300,00
1	260,00	1.040,00
2	260,00	780,00
3	260,00	520,00
4	260,00	260,00
5	260,00	00,00

*Nota:* Información tomada de la tabla 64.

## 3. Activo Circulante (Tasa de Inflación 3.21%)

Estos son los valores necesarios para la operación normal de la empresa de producción y comercialización de condimentos elaborado a base de semilla de aguacate durante el ciclo

de un mes, luego con la venta del producto genera ingresos para ir cubriendo las necesidades posteriores.

Para esto se ha considerado los gastos que se realizaran en materia prima, materiales indirectos, gastos de administración, ventas, persona de producción, gastos de servicios básicos y otros.

- **Presupuesto de Materia Prima Directa**

Para la elaboración del condimento de semilla de aguacate se considera los ingredientes necesarios e indispensables.

Se toma como referencia un porcentaje de cada uno de los ingredientes que se necesita para elaborarlo, siendo así un 40% polvo de semilla de aguacate, 20% de comino en polvo, 20% de orégano y 20 de sal.

Para el cálculo de la materia prima directa se realizó el siguiente procedimiento:

- **Cálculo de la pepa de aguacate.**

1. Se considera que en el día se utiliza 34 pepas de aguacate que tienen un valor de \$0.68 centavos.

2. El precio de la semilla diaria se lo multiplica por 20 días y se obtiene el valor mensual  $0.68 \times 20 = 13,60$ , el dato obtenido se lo multiplica por 12 meses y se obtiene el valor anual  $13.60 \times 12 = 163.20$

- **Cálculo del orégano**

1. Los 500 gramos de orégano que se utilizan al día tienen un precio de \$2,42.
2. Los \$2,42 se los multiplica por 20 días y se obtiene el valor mensual  $2,42 \times 20 = 48,40$  el dato que se obtiene se lo multiplica por 12 meses y se obtiene el valor anual  $48,40 \times 12 = 580,80$ .

- **Cálculo del comino molido**

1. Se considera que 500 gramos se utilizan en el día y que tienen un precio de \$2,50.

2. Los \$2,50 se los multiplica por 20 días y se obtiene el valor mensual  $2,50 \times 20 = 50,00$ , el dato que se obtiene se lo multiplica por 12 meses y se obtiene el valor anual  $50,00 \times 12 = 600,00$

- **Cálculo del orégano**

1. Se considera que 500 gramos de sal se utilizan al día y que tiene un precio de \$0,29.

2. Los \$0,29 se los multiplica por 20 días y se obtiene el valor mensual  $0,29 \times 20 = 5,80$  el dato obtenido se lo multiplica por 12 meses y se obtiene el valor anual  $5,80 \times 12 = 69,60$

A continuación, se detalla los valores de la materia prima.

**Tabla 65.**  
*Materia Prima Directa.*

Denominación	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Semilla de aguacate	34 pepas	20	0,68	13,60	163,20
Orégano	500 gramos	20	2,42	48,40	580,80
Comino	500 gramos	20	2,50	50,00	600,00
Sal	500 gramos	20	0,29	5,80	69,60
Total 1er año	12.375 frascos anuales			117,80	1.413,60
Total 2do Año	12.375 frascos anuales			117,80	1.413,60

*Nota:* Elaboración propia del autor

- **Presupuesto de Materia Prima Indirecta.**

Es toda la materia prima que en forma indirecta son utilizados para la elaboración del condimento elaborado a base de semilla de aguacate, aquí se utilizará: frascos de 50 gramos, etiquetas de papel.

Para el cálculo de la materia prima indirecta se considera la cantidad diaria de frascos producidos y se procedió a realizar el siguiente proceso:

- **Cálculo de frascos plásticos de 50 gramos.**

1. Se considera los 50 frascos diarios que tienen un precio de \$25,80



2. Se multiplica los \$25,80 por 20 días y se obtiene el valor mensual  $25,80 \times 20 = 516,00$  este valor obtenido se lo multiplica por 12 meses y se obtiene el valor anual  $516 \times 12 = 6.192,00$ .

- **Cálculo de etiquetas.**

1. Se considera las 50 etiquetas diarias que tienen un costo de \$3,60

2. Los \$3,60 se los multiplica para 20 días y se obtiene el valor mensual  $3,60 \times 20 = 72,00$

3. Este dato obtenido se lo multiplica para 12 meses y se obtiene el valor anual  $72,00 \times 12 = 864,00$

**Tabla 66.**  
*Materia Prima Indirecta*

Denominación	Cantidad	Valor Unitario	Días	Valor mensual	Meses	Valor Anual
Frascos plásticos de 50 gramos	50	25,80	20	516,00	12	6.192,00
Etiquetas de Papel	50	3,6	20	72,00	12	864,00
<b>Total 1er año</b>	12.375 frascos de Contenido de 50gr.			588,00		7.056,00
<b>Total 2do año</b>	12.375 frascos de Contenido de 50gr.			588,00		7.056,00

*Nota:* elaboración propia del autor, fuentes de varios proveedores.

- **Presupuesto de Indumentaria de Trabajo**

La indumentaria de trabajo es muy esencial ya que la persona que prepara el condimento necesita de protección adecuada para la vista, oído, olfato y manos, esto permitirá el cumplimiento de las actividades de forma eficiente por lo que se considera lo siguiente:

**Tabla 67.**  
*Indumentaria de trabajo*

Denominación	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Gorros	1	0,30	0,30	3,60
Gafas	1	1,50	1,50	3,00
Mandiles	2	1,00	1,00	2,00
Mascarillas	3	1,00	3,00	12,00
<b>Total</b>			5,8	20,60

*Nota:* elaboración propia del autor, fuentes de varios proveedores.

- **Consumo de servicios básicos**

El agua y la electricidad son servicios de vital importancia ya que sin los mismos la microempresa no podrá desarrollar sus actividades con total normalidad, el agua es muy necesaria para el aseo de la maquinaria mientras que la corriente es importante para el funcionamiento de las máquinas ya que las mismas funcionan con energía.

**Tabla 68.**  
*Servicios Básicos*

Detalle	Unidad de Medida	Costo Unitario	Cantidad Mensual	Costo Mensual	Costo Anual
Agua Potable	m3	0,20	15,00	3,00	36,00
Energía Eléctrica	Kw / h	0,10	30,00	3,00	36,00
<b>Total</b>				<b>6,00</b>	<b>72,00</b>

**Nota:** Información tomada de la empresa eléctrica y junta de agua potable San Pedro de Vilcabamba elaboración propia del autor.

- **Servicio de internet**

En la actualidad el internet se ha vuelto muy indispensable para las empresas ya que la mayoría de las mismas lo utilizan para realizar sus publicidades y contactarse con proveedores sin importar su distancia razón por la cual se ha considerado para el uso de la empresa.

**Tabla 69.**  
*Servicio de Internet*

Detalle	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Servicio de Internet	20,00	20,00	240,00
<b>Total</b>			<b>240,00</b>

**Nota:** Información tomada de Vicos tv.

- **Arriendo**

El local que se arrendará para la producción y comercialización del producto.

**Tabla 70.**  
*Arriendo de local*

Detalle	Cantidad	Valor mensual	Valor anual
Local para producción y ventas	1	125	1500
<b>Total</b>		<b>125</b>	<b>1500</b>

**Nota:** Información de dueño de local

- **Suministros de Oficina**

En esta cuenta se registran los costos de los borradores, lápices, esferos, corrector, tinta, carpetas, que serán utilizados para el personal administrativo.

**Tabla 71.**  
*Suministros de Oficina*

Detalle	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo mensual	Cantidad anual	Costo Total anual
Esferos	unidad	3	0,35	1,05	4	4,20
Clip	caja	1	2,50	2,5	1	2,50
Cuaderno	unidad	2	2,75	5,5	4	22,00
Archivadores	Unidad	4	4,00	16	2	32,00
Lápices	unidad	3	0,35	1,05	4	4,20
Borradores	unidad	2	0,35	0,7	4	2,80
Grapas	cajas	1	2,50	2,5	1	2,50
Resma de Papel Boom	paquete	1	3,50	3,5	2	7,00
Tinta para impresoras	tres colores	1	28,00	28	4	112,00
Grapadora	Unidad	1	6,00	6	1	6,00
Sacapuntas	Unidad	1	3,00	3	1	3,00
Calculadora CASIO	Unidad	1	12,00	12	1	12,00
Perforadora	Unidad	1	6,00	6	1	6,00
<b>Total</b>				<b>87,8</b>		<b>216,20</b>

**Nota:** Información sacada de la reforma.

- **Útiles de aseo.**

Este rubro contiene a todos los elementos necesarios para la limpieza y mantenimiento tanto de la planta de producción como de la planta administrativa.

**Tabla 72.**  
*Útiles de Aseo*

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo mensual	Cantidad anual	Costo Total anual
Escobas	1	2,50	2,50	2	5,00
Trapeador	1	2,50	2,50	2	5,00
Recogedor de basura	1	2,50	2,50	2	5,00
Papel Higiénico x 12	1	2,50	2,50	12	30,00
Jabón Liquido	1	2,50	2,50	2	5,00
Toallas	1	2,50	2,50	2	5,00
limpiador de baños	1	3,00	3,00	3	9,00
Desinfectante	1	2,50	2,50	12	30,00
Lava Vajilla	1	3,00	3,00	6	18,00
esponjas para lavar	1	1,50	1,50	12	18,00
Guantes	1	2,50	2,50	12	30,00
<b>Total</b>			<b>27,50</b>		<b>160,00</b>

**Nota:** Información tomada de varios proveedores elaboración propia del autor

- **Mantenimiento de Maquinaria y Equipo.**

Este rubro es necesario para el funcionamiento correcto de las máquinas que se produce el producto y el equipo en el que se almacenará la información que posee la empresa.

**Tabla 73.**

*Mantenimiento de maquinaria y Equipo*

<b>Mantenimiento de Maquinaria y Equipo</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cantidad Anual</b>	<b>Costo Total</b>
Mantenimiento de Maquinaria Y Equipo	15,00	2	30,00
<b>Total.</b>			<b>30,00</b>

*Nota:* Información tomada de Ingeniero Juan Alejo

- **Combustible y mantenimiento de Vehículo**

En este rubro va la gasolina que ocupará el vehículo en este caso es la moto que se adquirirá y el mantenimiento de la misma ya que estos son rubros importantes para el correcto funcionamiento del motor, por ello es necesario un chequeo trimestral de la moto para verificar su correcto funcionamiento  $50 \times 4 = 200$ .

**Tabla 74.**

*Combustible y mantenimiento de vehículo*

<b>Detalle</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
combustible para vehículo	5,00	20,00	240,00
Mantenimiento	50	0	200
Matrícula	25	0	25
<b>Total</b>		<b>20,00</b>	<b>465,00</b>

*Nota:* Información tomada de electromecánica Eddy Picoita.

- **Publicidad**

Este rol es muy importante ya que por medio del mismo la empresa dará a conocer el producto que se comercializará en la zona elegida.

**Tabla 75.**

*Publicidad de la Empresa*

<b>Publicidad</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
Facebook	0,50	10,00	120,00
<b>Total</b>			<b>120,00</b>

*Nota:* Información tomada de varios proveedores

- **Insumos de Seguridad.**

Los insumos de seguridad de la empresa juegan un rol muy importante debido a que en caso de incendios o accidente en la instalación se puede actuar de manera provisional adecuada.

**Tabla 76.**  
*Insumos de seguridad*

<b>Insumos de seguridad</b>				
<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total mensual</b>	<b>Total anual</b>
1	Recargo de extintor	7,00		7,00
1	Insumos de botiquín	5,00	10,00	30,00
<b>Total</b>			<b>10,00</b>	<b>37,00</b>

*Nota:* Varios proveedores elaboración propia del autor.

- **Mano de Obra Directa**

Se considera al personal que interviene directamente en la elaboración del proceso productivo del condimento elaborado a base de semilla de aguacate, el mismo tendrá un sueldo de \$ 450,00

**Tabla 77.**  
*Sueldo de Mano de obra*

<b>Mano de obra Directa</b>	
<b>Especificación</b>	<b>Cantidad</b>
Salario	450,00
Décimo tercer Sueldo	37,50
Décimo cuarto Sueldo	37,50
Aporte Patronal IESS (11,50%)	54,68
Fondos de Reserva (8,33%)	37,49
Vacaciones	18,75
<b>Total Ingresos</b>	<b>635,91</b>
<b>Total anual</b>	<b>1401,46</b>

*Nota:* Información tomada del ministerio del trabajo.

- **Sueldos Administrativos.**

Comprende los sueldos de personal administrativo los mismos que tendrán una remuneración mensual de Gerente \$600,00 dólares, contadora \$35,00 dólares y el asesor legal \$40,00 dólares.

**Tabla 78.**  
*Sueldos administrativos*

<b>Sueldos Administrativo</b>			
<b>Especificación</b>	<b>Gerente</b>	<b>Contador</b>	<b>Asesor Legal</b>
Salario	600,00	35,00	40,00
Décimo tercer Sueldo	50,00		
Décimo cuarto Sueldo	37,50		
Aporte Patronal IESS (11,50%)	72,90		
Fondos de Reserva (8,33%)	49,98		
Vacaciones	25,00		
<b>Total mensual</b>	<b>835,38</b>	<b>30,00</b>	<b>40,00</b>
<b>Número de usos</b>	<b>12,00</b>	<b>12,00</b>	<b>2,00</b>
<b>Total anual</b>	<b>10.024,56</b>	<b>420,00</b>	<b>80,00</b>

*Nota:* Información tomada del ministerio del trabajo.

### 7.6.1 Resumen activo Circulante

**Tabla 79.**  
*Resumen Activo Circulante*

<b>Cuenta</b>	<b>Total mensual</b>
Materia Prima directa	117,80
Mano de obra directa	635,91
Arriendo	125,00
Servicios Básicos	6,00
Materia prima indirecta	588,00
Indumentaria	5,80
Sueldos Administrativos	910,38
Suministro de oficina	87,80
Útiles de Aseo	27,50
Insumo de seguridad	5,00
Permiso de funcionamiento	79,20
Publicidad	10,00
Vehículo	20,00
<b>Costo Total Mensual</b>	<b>2.618,39</b>

*Nota:* Información tomada desde la tabla 66 hasta tabla 79.

#### 7.6.1.1 Resumen de Activos Fijos

El resumen de la inversión total se presenta en el siguiente cuadro.

**Tabla 80.**  
*Resumen de Activos.*

<b>Activo</b>	<b>Detalle</b>
Activo Fijo	6.042,25
Activo Diferido	1300
Activo Circulante	2618,39
<b>Total Activos</b>	<b>9.960,64</b>

*Nota:* información tomada de las tablas 62, 64 y 80.

## 7.6.2 Fuentes de Financiamiento

El proyecto hará uso de las fuentes internas y externas de financiamiento, bajo los siguientes aspectos:

- **Fuentes Internas.**

El 88% del total de la inversión y que corresponde a \$8.760,64 dólares será financiado con aportaciones de los socios.

- **Fuentes externas.**

Después de buscar la alternativa más conveniente se decidió solicitar un préstamo al banco Pichincha.

El crédito que mantendrá el proyecto con el Banco, constituirá el 12 % que corresponde a \$1.200,00 dólares a cinco años plazo al 11.23% de interés anual con el objeto de su financiación, en consecuencia, los rubros de financiamiento se presentan así:

**Tabla 81.**  
*Financiamiento interno y externo del proyecto*

<b>Financiamiento</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Valor</b>
Financiamiento interno	88%	8.760,64
Financiamiento externo	12%	1.200,00
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>9.960,64</b>

*Nota:* Información tomada de la tabla 81.

### 7.6.2.1 Amortización del crédito.

Representa la cantidad o valor monetario establecido bajo modalidades de cálculo para ser devueltas al prestamista, que en nuestro caso está representando por el Banco Pichincha agencia Loja a quien se solicitara un crédito de \$1.200,00 una tasa de interés de 53% para un tiempo de 5 años con pagos semestrales.

Los datos se verán reflejados a en el siguiente cuadro:

**Tabla 82.**  
*Tabla de Amortización del Crédito*

<b>Año</b>	<b>Semestral</b>	<b>Saldo Inicial</b>	<b>Amortización</b>	<b>Interés</b>	<b>Dividendo Anual</b>	<b>Saldo Final</b>
0						1.200,00
1	1	1.200,00	120,00	134,76		1.080,00
	2	1.080,00	120,00	121,28	256,04	960,00
2	3	840,00	120,00	94,33		840,00
	4	720,00	120,00	80,86	175,19	720,00
3	5	600,00	120,00	67,38		600,00
	6	480,00	120,00	53,90	121,28	480,00
4	7	360,00	120,00	40,43		360,00
	8	240,00	120,00	26,95	67,38	240,00
5	9	120,00	120,00	13,48		120,00
	10	0,00	120,00	0,00	13,48	0,00

**Nota:** Tabla de amortización Banco Pichincha.

### **7.6.3 Determinación de Costos y Cálculo de Ingresos.**

#### **7.6.3.1 Determinación de Costos.**

El proceso de producción de comercialización de la empresa de condimentos elaborados a base de semilla de aguacate, requiere una serie de gastos, los cuales están sujetos a las variaciones de los precios de mercado como consecuencia de la inflación, por tal motivo es necesario realizar el incremento de los precios para proyectar los costos durante la vida útil estimada del proyecto, se ha considerado elevar el 3.70% en los costos

#### **7.6.4 Presupuesto de costos Proyectado**

El objetivo de la empresa es obtener rentabilidad, por lo cual primero es necesario conocer o determinar los costos totales del proyecto.

Los costos totales representan en términos generales toda la inversión necesaria para producir y vender un artículo. En este presupuesto se resumen todos los costos que la empresa tendrá durante los 5 años de vida del proyecto, en lo que respecta a costos de producción y gastos de operación. Los mismos se detallan a continuación:



**Tabla 83.**  
*Presupuestos de Costos totales*

<b>Rubro</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año2</b>	<b>Año3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Costos de Producción</b>					
<b>Costos Primos</b>					
Materia Prima Directa	1.413,60	1.465,90	1.520,14	1.576,39	1.634,71
Mano de Obra Directa	7.630,92	7.833,90	8.042,28	8.256,21	8.475,82
<b>Total Costo Primo</b>	9.044,52	9.299,81	9.562,43	9.832,60	10.110,54
<b>Costo de Producción</b>					
Servicios Básicos	72,00	73,92	75,88	77,90	79,97
Materia Prima Indirecta	588,00	609,76	632,32	655,71	679,97
Suministro de trabajo	216,20	224,20	232,49	465,03	930,09
Mantenimiento de Maquinaria y equipo	30,00	31,11	32,26	33,45	34,69
Depreciación de Maquinaria y Equipo	147,87	147,87	147,87	147,87	147,87
<b>Total de Costo de Fabricación</b>	1.054,07	1.086,85	1.120,82	1.379,96	1.872,60
<b>Total de Costos de Producción</b>	10.098,59	10.386,66	10.683,25	11.212,56	11.983,14
<b>Costos De Operación</b>					
<b>Gastos Administrativos</b>					
Sueldos Administrativos	10.524,56	10.804,51	11.091,91	11.386,96	11.689,85
Depreciación de Equipo de Computo	118,89	118,89	118,89	133,24	133,24
Depreciación de Muebles de Oficina	32,78	32,78	32,78	32,78	32,78
Suministro de oficina	216,20	224,20	232,49	241,10	250,02
Internet	72,00	74,66	77,43	80,29	83,26
Servicios de internet	240,00	248,88	258,09	267,64	277,54
Útiles de Aseo	160,00	165,92	172,06	178,43	185,03
Permisos de Funcionamiento	79,20	82,13	85,17	88,32	91,59
Arriendo	1500	1.555,50	1.613,05	1.672,74	1.734,63
Amortización de Activos Diferidos	260,00	260,00	260,00	260,00	260,00
<b>Total Gastos Administrativos</b>	13.203,64	13.567,48	13.941,88	14.341,49	14.737,94
<b>Gastos de Ventas</b>					
Publicidad	120,00	124,44	129,04	133,82	138,77
Combustible y mantenimiento de vehículo	465,00	482,21	500,05	518,55	537,73
Depreciación de vehículo	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00
<b>Total Gastos Ventas</b>	120,00	124,44	129,04	133,82	138,77
<b>Gastos Financieros</b>					
<b>Interés por préstamo</b>	256,04	175,19	121,28	67,38	13,48
<b>Total de gastos Financieros</b>	256,04	175,19	121,28	67,38	13,48
<b>Total de gastos de Operación</b>	13.579,68	13.867,11	14.192,21	14.542,69	14.890,19
<b>Total Costo de Producción</b>	23.678,27	24.253,77	24.875,46	25.755,25	26.873,32

**Nota:** Información tomada de la tabla 62, 63, 64, 80 y 83 elaboración propia del autor.

#### 7.6.4.1 Costo Unitarios de Producción

Constituye el valor del producto a comercializar considerando todas las operaciones desde la adquisición de materia prima hasta su transformación en el artículo de consumo, determinando el costo unitario de producción del condimento elaborado con semilla de aguacate mediante la siguiente fórmula:

$$\text{Costo unitario} = \frac{\text{Costo total}}{\# \text{ de unidades producidas}}$$

Este procedimiento se utiliza para los 5 años de vida útil del proyecto.

**Tabla 84.**  
*Costo Unitario de Producción*

Años	Costos de Producción	Unidades Producidas	Costo Unitario de Producción
1	23.678,27	12.375	1,91
2	24.253,77	12.375	1,96
3	24.875,46	12.375	2,01
4	25.755,25	12.375	2,08
5	26.873,32	12.375	2,17

**Nota:** Información tomada de la tabla 40 y 84.

#### 7.6.4.2 Precio de Venta

El precio de venta es el valor al que se venderá el condimento al público en general considerando el margen de ganancia, este valor se lo obtiene mediante la siguiente fórmula.

$$P.V.P = \text{Costo Unitario de Producción} + \text{Utilidad}$$

Precio de venta: es el precio fijado por la empresa que debería ser pagado por el consumidor final, se lo obtiene de la suma unitaria de producción de cada año más un margen de utilidad; en lo que respecta a este último utilizamos el 14% de porcentajes para cada año de la empresa.

**Tabla 85.**  
*Precio de venta del producto*

Años	Costo Unitario de producción	Margen de Utilidad	P.V.P
1	1,91	30,66%	2,50
2	1,96	27,56%	2,50
3	2,01	24,37%	2,50
4	2,08	20,12%	2,50
5	2,17	15,12%	2,50

**Nota:** Información tomada de la tabla 85.

### 7.6.4.3 Ingreso de Ventas.

Permite estimar los ingresos que la empresa va a generar en cierto periodo de tiempo, para poder proyectar los ingresos de cada año de nuestra empresa se realiza el siguiente procedimiento:

1. Se multiplica la cantidad de producción anual por el precio de venta  
( $12.375 \times 2,50 = 30.937,50$ )

**Tabla 86.**  
*Ingreso de Ventas*

Unidades Producidas	P.V.P.	Ingresos por Ventas
12.375	2,50	30.937,50
12.375	2,50	30.937,50
12.375	2,50	30.937,50
12.375	2,50	30.937,50
12.375	2,50	30.937,50

**Nota:** Información tomada de las tablas 85 y 86.

### 7.6.4.4 Clasificación de Costos.

Para la clasificación de los costos totales en fijos y variables, se tomó los presupuestos anteriormente realizados del proyecto, así como las amortizaciones, depreciaciones, cuyo resumen constan en el presupuesto de costos totales.

**Costos fijos:** Son aquellos valores que la empresa incurrirá por el hecho de existir, independientemente de haber o producción, estos costos no varían en caso de modificaciones del volumen de producción.

**Costos variables:** Son aquellos valores que cambian si existe modificaciones en el volumen de producción.

**Tabla 87.**  
*Clasificación de Costos*

Rubro	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	C. Fijo	C. Variable	C. Fijo	C. variable	C. Fijo	C. variable	C. fijo	C. variable	C. fijo	C. variable
Materia Prima Directa		1413,60		1413,60		1413,60		1413,60		1413,60
Mano de Obra Directa		7630,92		7630,92		7630,92		7630,92		7630,92
Servicios Básicos	72,00		72,00		72,00		72,00		72,00	
Materia Prima Indirecta		588,00		588,00		588,00		588,00		588,00
Suministro de trabajo	216,20		216,20		216,20		432,40		864,80	
Mantenimiento de Maquinaria y equipo	30,00		30,00		30,00		30,00		30,00	
Depreciación de Maquinaria y Equipo	147,87		147,87		147,87		147,87		147,87	
Sueldos Administrativos	10524,56		10524,56		10524,56		10524,56		10524,56	
Depreciación de Equipo de Computo	118,89		118,89		118,89		0,00		0,00	
Depreciación de Muebles de Oficina	32,78		32,78		32,78		32,78		32,78	
Suministro de oficina	216,20		216,20		216,20		216,20		216,20	
Internet	72,00		72,00		72,00		72,00		72,00	
Servicios de internet	240,00		240,00		240,00		240,00		240,00	
Útiles de Aseo	160,00		160,00		160,00		160,00		160,00	
Permisos de Funcionamiento	79,20		79,20		79,20		79,20		79,20	
Arriendo	1500,00		1500,00		1500,00		1500,00		1500,00	
Amortización de Activos Diferidos	260,00		260,00		260,00		260,00		260,00	
Publicidad	120,00		120,00		120,00		120,00		120,00	
Combustible y mantenimiento de vehículo		465,00		465,00		465,00		465,00		465,00
Depreciación de vehículo	560,00		560,00		560,00		560,00		560,00	
<b>Interés por préstamo</b>	256,04		0,00		0,00		0,00		0,00	
<b>Total de gastos de Operación</b>	14605,75	10097,52	14349,71	10097,52	14349,71	10097,52	14447,01	10097,52	14879,41	10097,52
<b>Total Costo de Producción</b>	24703,27		24447,23		24447,23		24544,53		24976,93	

**Nota:** Información tomada de la tabla 84.

### 7.6.5 Punto de Equilibrio.

El punto de equilibrio es el punto en el cual los ingresos son iguales a los egresos, también se lo denomina como punto muerto porque es en este punto donde no hay ganancia ni pérdida y sólo se cubre los egresos.

- **En función de la capacidad instalada:** Se basa en la capacidad de producción de la planta, determina el porcentaje de capacidad al que debe trabajar, la maquinaria para que su producción pueda cubrir los costos; para su cálculo se aplica la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variables}} * 100$$

- **En función de las ventas:** Se basa en el volumen y los ingresos monetarios que el género; para su cálculo se aplica la siguiente fórmula.

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas Totales}}}$$

- **Representación gráfica:** Consiste en representar gráficamente las curvas de costos y de ingresos dentro de un plano cartesiano.

Para poder calcular el punto de equilibrio es necesario clasificar los costos en fijos y variables. En el presente trabajo se determinó el punto de equilibrio para los años de vida útil de la empresa en forma matemática y en forma gráfica.

- **Punto de Equilibrio para el primer año**

**Tabla 88.**  
*Punto de Equilibrio del Primer Año*

Datos para punto de equilibrio	Año 1
Costo Fijo	14.605,75
Costo Variable	10.097,52
Ventas totales	30.937,50

**Nota:** información tomada de la tabla 87 y 88.

### En función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variables}} * 100$$

$$PE = \frac{14.605,75}{30937,50 - 10.097,52} * 100$$

$$PE = \frac{27.523,85}{20.839,98} * 100$$

$$PE = 0.70 * 100$$

$$PE = 70\%$$

### En función de las ventas o ingresos totales

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{14.605,75}{1 - \frac{10.097,52}{30.937,50}}$$

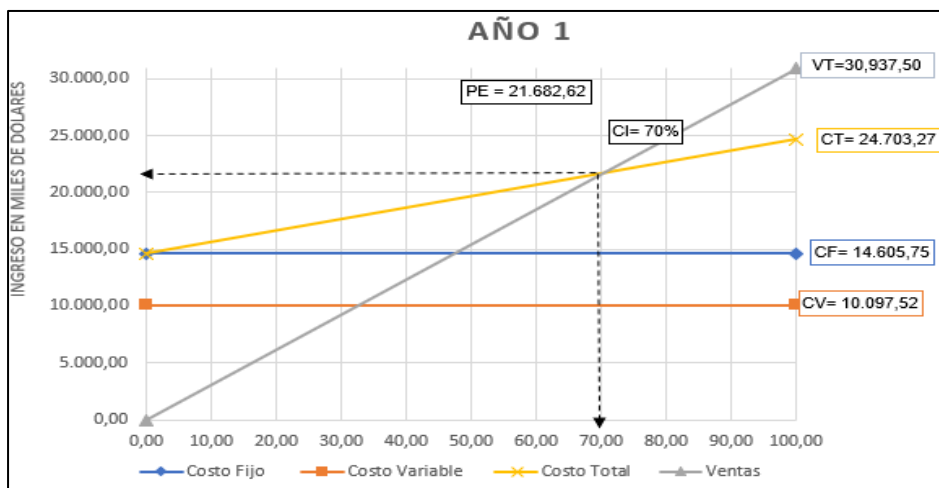
$$PE = \frac{27.523,85}{1 - 0,33}$$

$$PE = \frac{27.523,85}{0,67}$$

$$PE = 21.682,62$$

**Figura 29.**

*Punto De Equilibrio En Función De Las Ventas Y Capacidad Instalada del año 1*



**Nota:** Elaboración del autor.

- Punto de equilibrio para el Quinto Año.

**Tabla 89.**

*Punto de equilibrio para el quinto año*

Datos Para EL Punto de Equilibrio	AÑO 5
Costo Fijo	14.879,41
Costo Variable	10.097,52
Ventas totales	30.937,50

**Nota:** Información tomada de las tablas 82 y 83, elaboración propia del auto.

#### En función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variables}} * 100$$

$$PE = \frac{14.879,41}{30.937,50 - 10.097,52} * 100$$

$$PE = \frac{14.879,41}{20.839,98} * 100$$

$$PE = 0.71 * 100$$

$$PE = 71\%$$

#### En función de las ventas o ingresos totales

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{14.879,41}{1 - \frac{10.097,52}{30.937,50}}$$

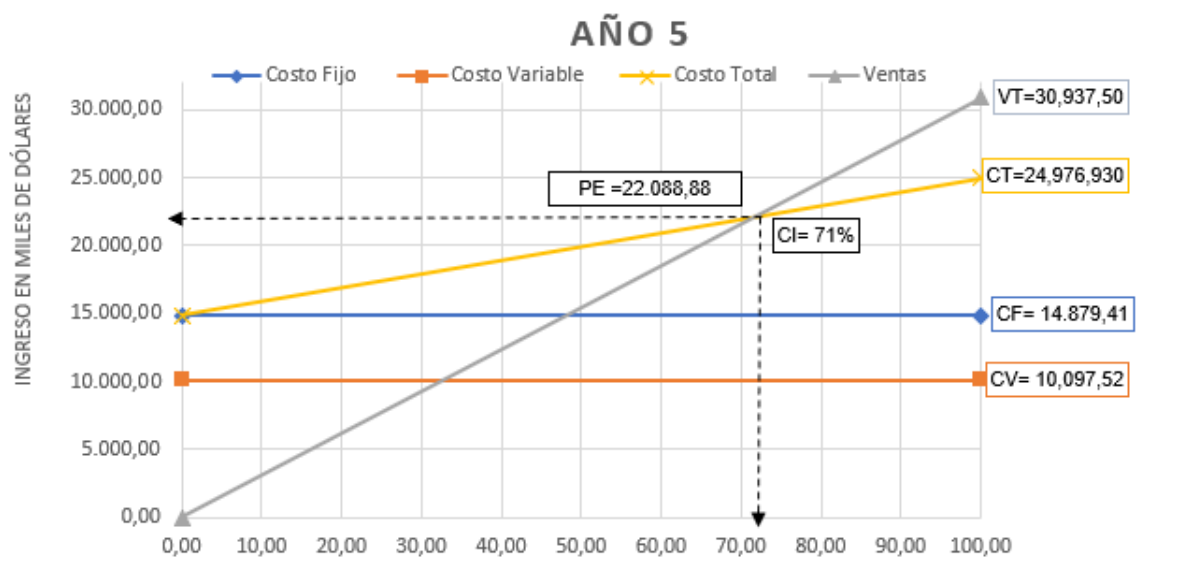
$$PE = \frac{14.879,41}{1 - 0,33}$$

$$PE = \frac{14.879,41}{0,67}$$

$$PE = 22.088,88$$

**Figura 30.**

*Punto De Equilibrio En Función De Las Ventas Y Capacidad Instalada*



*Nota:* Elaboración del autor

### 7.6.6 Estado de Pérdidas y Ganancias.

Es aquel que permite conocer si existen utilidades o pérdidas de la empresa en un periodo determinado. El cálculo se lo realiza en base de ingresos y egresos que tienen la empresa.

**Tabla 90.**

*Estado de Perdidas Y Ganancias*

Estado de Pérdidas y Ganancias					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	30.937,5	30.937,5	30.937,5	30.937,5	30.937,5
(-) Costo de Producción	10.098,6	10.386,7	10.683,3	11.212,6	11.983,1
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>20.838,9</b>	<b>20.550,8</b>	<b>20.254,2</b>	<b>19.724,9</b>	<b>18.954,4</b>
(-) Costo de Operación	13.203,6	13.567,5	13.941,9	14.341,5	14.737,9
<b>(=) Utilidad antes de gastos financieros</b>	<b>7.635,3</b>	<b>6.983,4</b>	<b>6.312,4</b>	<b>5.383,4</b>	<b>4.216,4</b>
(-) Gasto financiero	256,0	175,2	121,3	67,4	13,5
<b>(=) Utilidad antes de D.T e IR</b>	<b>7.379,2</b>	<b>6.808,2</b>	<b>6.191,1</b>	<b>5.316,1</b>	<b>4.202,9</b>
(-) 15% Trabajadores	1.106,9	1.021,2	928,7	797,4	630,4
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>6.272,3</b>	<b>5.786,9</b>	<b>5.262,4</b>	<b>4.518,7</b>	<b>3.572,5</b>
(-) 25% Impuesto a la Renta	1.568,1	1.446,7	1.315,6	1.129,7	893,1
<b>(=) Utilidad antes de Reserva Legal</b>	<b>4.704,3</b>	<b>4.340,2</b>	<b>3.946,8</b>	<b>3.389,0</b>	<b>2.679,4</b>
(-)10% de Reservas	470,4	434,0	394,7	338,9	267,9
<b>(=) UTILIDAD LIQUIDA</b>	<b>4.233,8</b>	<b>3.906,2</b>	<b>3.552,1</b>	<b>3.050,1</b>	<b>2.411,4</b>

*Nota:* Información tomada de las tablas 84 y 87.



## 7.7 Evaluación Financiera.

La evaluación financiera permite determinar la viabilidad de la inversión propuesta y de acuerdo con los resultados obtenidos se decidirá la ejecución, para el desarrollo se tomará en cuenta los siguientes indicadores.

### 7.7.1 Flujo de caja

El flujo de caja permite conocer la diferencia entre las entradas y salidas de dinero, es decir se conocerá si la empresa ha obtenido o gastado dinero, además permitirá conocer si se dispondrá de dinero cada fin de periodo. Esta es una herramienta básica para el proceso de evaluación, ya que, de la misma se obtendrá información para la aplicación de los diferentes indicadores

**Tabla 91.**  
*Flujo de Caja*

DESCRIPCION	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>1. INGRESOS</b>					
Ventas	30.937,50	30.937,50	30.937,50	30.937,50	30.937,50
Valor residual			178,32		575,92
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>30.937,50</b>	<b>30.937,50</b>	<b>31.115,82</b>	<b>30.937,50</b>	<b>31.513,42</b>
<b>2. EGRESOS</b>					
Costo de Producción	10.098,59	10.386,66	10.683,25	11.212,56	11.983,14
Costo de Operación	13.203,64	13.567,48	13.941,88	14.341,49	14.737,94
Amortización del Capital	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Reinversión de activos				596,61	
(-) 15% Trabajadores	1.106,88	1.021,23	928,66	797,41	630,44
(-) 25% Impuesto a la renta	1.568,09	1.446,74	1.315,61	1.129,66	893,13
(-) Reservas	470,43	434,02	394,68	338,90	267,94
<b>Total Egresos</b>	<b>26.687,62</b>	<b>26.662,10</b>	<b>27.109,40</b>	<b>28.317,74</b>	<b>28.484,64</b>
Flujo de caja	4.249,88	4.275,40	4.006,42	2.619,76	3.028,78
(+) Depreciaciones	432,79	432,79	432,79	432,79	432,79
(+) Amortización de activos diferidos	32,78	32,78	32,78	32,78	32,78
<b>FLUJO DE NETO</b>	<b>4.715,45</b>	<b>4.740,97</b>	<b>4.471,99</b>	<b>3.085,34</b>	<b>3.494,35</b>

*Nota:* Información tomada de tablas 63, 83, 88 y 91.

### 7.7.2 Valor Actual Neto.

Para la determinación de los valores presentes de los flujos de costos e ingresos que se generan en la vida útil de la empresa es necesario tomar en cuenta el flujo de caja.

Para la toma de la decisión de la aceptación o rechazo del proyecto se considera los siguientes criterios:

- Si el VAN es igual a cero es indiferente realizarlo al proyecto.
- Si el VAN es mayor a cero el proyecto o inversión es conveniente.
- Si el VAN es menor al cero el proyecto no es conveniente.

Para la determinación del factor de actualización se toma el porcentaje del préstamo bancario por la inversión que es 11,23% y se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{Factor de actualización} = 1/(1+i)^n$$

$$\text{Factor de actualización} = 1/ (1+11,26\%)^1$$

$$\text{Factor de actualización} = 0,90$$

Ya obtenido el dato se procede a calcular el valor actual neto (VAN) utilizando la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = \sum \text{flujo de caja actualizado} - \text{inversión}$$

$$\text{VAN} = 17.251,25 - 199.960,64$$

$$\text{VAN} = 7.290,61$$

**Tabla 92.**  
*Valor Actual Neto*

<b>Años</b>	<b>Flujos Netos</b>	<b>Factor de Actualización</b>	<b>Flujos Netos Actualizados</b>
0	9.960,64		
1	4.715,45	0,90	4.239,37
2	4.740,97	0,81	3.831,98
3	4.471,99	0,73	3.249,64
4	3.085,34	0,65	2.015,65
5	3.494,35	0,59	2.052,37
<b>Sumatoria de flujos</b>			<b>15.389,01</b>
<b>VAN=</b>			<b>5.428,37</b>

**Nota:** Información tomada de las tablas 81 y 92.

**Análisis:** el valor obtenido del VAN es superior a 0 razón por la cual es conveniente ejecutar el proyecto.

### 7.7.3 Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno, se define como la tasa máxima de interés que pudiera pagarse por un préstamo que financie la inversión, en el cálculo de la TIR, el objetivo es encontrar un factor de interés por aproximación, que dé como resultado un VAN positivo que se acerque a cero y un VAN negativo que igualmente se acerque a cero.

La TIR como criterio de decisión permite rechazar o aceptar el proyecto basado en:

Si la TIR es mayor al costo de capital debe aceptarse el proyecto.

Si la TIR es igual al costo de capital es indiferente realizar la inversión.

Si la TIR es menor al costo de capital debe rechazarse el proyecto.

$$T_m = 40\%$$

$$T_M = 41\%$$

Todo el proceso que se realizó para conocer la TIR la presentamos en el siguiente cuadro.

**Tabla 93.**  
*Tasa Interna de Retorno*

Años	Flujo Neto	Actualización			
		Factor de Actualización	VAN	Factor de Actualización	VAN
		32%	Menor	33%	Mayor
0	-9.960,64				
1	4.715,45	0,76	3.572,31	0,75	3.545,45
2	4.740,97	0,57	2.720,94	0,57	2.680,18
3	4.471,99	0,43	1.944,37	0,43	1.900,84
4	3.085,34	0,33	1.016,26	0,32	986,04
5	3.494,35	0,25	871,96	0,24	839,67
<b>Total</b>			<b>9.960,64</b>		<b>9.960,64</b>
<b>Valor Actual Neto</b>			165,21		-8,46

*Nota:* Información tomada de la tabla 93.

Para conocer la tasa interna de retorno se aplicó la siguiente fórmula.

$$TIR = T_m + Dt \left( \frac{VAN T_m}{Van T_m - VAN T_M} \right)$$

$$TIR = 32 + 1 \left( \frac{165,21}{165 - (-8,46)} \right)$$

$$TIR = 32 + 1\left(\frac{165,21}{173,66}\right)$$

$$TIR = 32 + 1(0,95)$$

$$TIR = 32,95\%$$

**TIR** = 40.55% Esto representa la tasa de oportunidad del capital.

**Análisis:** la tasa interna de retorno es de 32,95%, misma que es de mayor a la tasa de oportunidad, que es de 11.23% obtenido del porcentaje del préstamo requerido, esto significa que el proyecto es viable según los criterios del TIR.

#### 7.7.4 Periodo de Recuperación de Capital.

El Período de recuperación mide el número de años en que la empresa debe esperar para recuperar el capital invertido a través de los flujos de efectivo que produce el proyecto.

**Tabla 94.**  
*Periodo de Recuperación de Capital*

Años	Flujos Netos	Factor 11,15%	Flujos Actualizados	Flujo Acumulado
0	9.960,64			
1	4.715,45	0,90	4.239,37	4.239,37
2	4.740,97	0,81	3.831,98	8.071,35
3	4.471,99	0,73	3.249,64	11.320,99
4	3.085,34	0,65	2.015,65	13.336,63
5	3.494,35	0,59	2.052,37	15.389,01
<b>Total</b>			<b>15.389</b>	

**Nota:** Información tomada de la tabla 94.

Para el cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

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

$$PRI = 3 + 1\left(\frac{9.960,64 - 4.239,37}{3.249,64}\right)$$

$$PRI = 3 + \frac{5.721,27}{3.249,64}$$

$$PRI = 3 + 1,76$$

$$PRI = 4,76$$

Entonces:

4 años

0,76 x 12 meses = 9,12 meses.

0,12 x 30 días = 4 días.

**Análisis:** Según los datos obtenidos la inversión realizada se la recuperará en 4 años, 9 meses y 4 días.

### 7.7.5 Relación Beneficio Costo.

El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido, para su análisis se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- B/C >1 se puede realizar el proyecto.
- B/C=1 es indiferente realizar el proyecto.
- B/C<1 se debe rechazar el proyecto.

**Tabla 95.**  
*Relación Beneficio Costo.*

Años	Ingresos Originales	Egresos Originales	Factor de Actualización	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
1	30.937,50	23.678,27	0,90	27.813,99	21.287,67
2	30.937,50	24.253,77	0,81	25.005,83	19.603,58
3	30.937,50	24.875,46	0,73	22.481,20	18.076,12
4	30.937,50	25.755,25	0,65	20.211,45	16.825,89
5	30.937,50	26.873,32	0,59	18.170,86	15.783,80
<b>Total</b>				<b>113.683,33</b>	<b>91.577,06</b>

**Nota:** Información tomada de la tabla 87.

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

$$RBC = \frac{113.683,33}{91.577,06}$$

$$RBC = 1,24$$

**Análisis:** El resultado obtenido es mayor que uno lo que muestra que el proyecto debe ser aceptado, además la relación de beneficio costo de 1,24 esto significa que por cada dólar invertido se obtendrá 0,24 centavos de rentabilidad para la empresa

### 7.7.6 Análisis de Sensibilidad.

Al efectuar el análisis de sensibilidad, se medirá la resistencia del proyecto ante las situaciones que se dan dentro de la economía.

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

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

#### Análisis de sensibilidad en incremento en los costos.

**Tabla 96.**

*Análisis de Sensibilidad con el Incremento del 8,80 % en los Costos*

Años	Costo Original	Costo Total Original	Ingresos Totales	Flujo Neto	Factor de Actualización 29%	Van Menor	Factor de Actualización 30%	Van Mayor
0,00	9.960,64			-9.960,64				
1,00	23.678,27	25.761,96	30.937,50	5.175,54	0,78	4.012,05	0,77	3.981,19
2,00	24.253,77	26.388,10	30.937,50	4.549,40	0,60	2.733,85	0,59	2.691,95
3,00	24.875,46	27.064,50	30.937,50	3.873,00	0,47	1.804,17	0,46	1.762,86
4,00	25.755,25	28.021,71	30.937,50	2.915,79	0,36	1.052,92	0,35	1.020,90
5,00	26.873,32	29.238,17	30.937,50	1.699,33	0,28	475,69	0,27	457,68
<b>Total</b>						<b>-9.960,64</b>		<b>-9.960,64</b>
						<b>118,05</b>		<b>-46,07</b>

*Nota:* Información tomada de las tablas 81, 84 y 87.

#### a. Nueva TIR.

$$TIR = Tm + Dt \frac{VAN TM}{VAN Tm - VAN TM}$$

$$TIR = 29 + 1 \frac{118,05}{118,05 - (-46,07)}$$

$$TIR = 29 + 1 \frac{118,05}{164,12}$$

$$TIR = 29 + 1(0,72)$$

$$TIR = 29,72$$

#### b. Diferencia de Tasas

$$TIR = TIR - Nueva TIR$$

$$TIR = 40,55 - 29,72$$

$$TIR = 10,83$$

**c. Porcentaje de Variación**

$$\%V = \frac{TIR R}{TIR O} * 100$$

$$\%V = \frac{10,83}{40,55} * 100$$

$$\%V = 0,27 * 100$$

$$\%V = 26,71$$

**d. Sensibilidad**

$$S = \frac{\%V}{N TIR}$$

$$S = \frac{26,71}{29,72}$$

$$S = 0.90$$

**Análisis:** Basándose a los resultados obtenidos se puede determinar que el proyecto es aceptable, ya que no es sensible a un incremento de 8,80% en otras palabras, si el precio de los costos incrementa hasta este porcentaje, su rentabilidad no se verá afectada.

**Análisis de sensibilidad con disminución.**

**Tabla 97.**

*Análisis de Sensibilidad con el Incremento del 7,15 % en los Costos*

Años	Costo Original	Ingreso Original	Ingreso Disminuido	Flujo Neto	Factor de Actualización 29%	Van Menor	Factor de Actualización 30%	Van Mayor
0	9.960,64			-9.960,64				
1	23.678,27	30.937,50	28.725,47	5.047,20	0,78	3.912,56	0,77	3.882,46
2	24.253,77	30.937,50	28.725,47	4.471,70	0,60	2.687,16	0,59	2.645,98
3	24.875,46	30.937,50	28.725,47	3.850,01	0,47	1.793,46	0,46	1.752,39
4	25.755,25	30.937,50	28.725,47	2.970,22	0,36	1.072,58	0,35	1.039,96
5	26.873,32	30.937,50	28.725,47	1.852,15	0,28	518,47	0,27	498,84
<b>Total</b>						<b>-9.960,64</b>		<b>-9.960,64</b>
						<b>23,59</b>		<b>-141,02</b>

*Nota:* Información tomada de las tablas 92.

**a. Nueva TIR.**

$$TIR = TM + Dt \frac{VAN TM}{VAN Tm - VAN TM}$$

$$TIR = 29 + 1 \frac{23,59}{23,59 - (-141,02)}$$

$$TIR = 29 + 1 \frac{23,59}{164,61}$$

$$TIR = 29 + 1(0,14)$$

$$TIR = 29,14$$

**b. Diferencia de tasas**

$$TIR = TIR - \text{Nueva TIR}$$

$$TIR = 40,55 - 29,14$$

$$TIR = 11,41$$

**c. Porcentaje de variación**

$$\%V = \frac{TIR R}{TIR O} * 100$$

$$\%V = \frac{11,41}{40,55} * 100$$

$$\%V = 0,28 * 100$$

$$\%V = 28,13$$

**d. Valor de sensibilidad**

$$S = \frac{\%V}{N TIR}$$

$$S = \frac{28,13}{29,14}$$

$$S = 0,97$$

**Análisis:** En base a los resultados se puede determinar que el presente proyecto se lo puede aceptar, ya que no es sensible a la disminución de ingresos de 7,15%, es decir que mientras los ingresos disminuyan hasta este porcentaje la rentabilidad no se verá afectada.



## 8. Conclusiones.

Una vez finalizado el trabajo se concluye lo siguiente:

- Se determinó que existe una demanda de 13.574 frascos de 50 gramos de condimentos en el primer año, mientras que la oferta es de 1.200 frascos de 50 gramos anuales, obteniendo una demanda insatisfecha de 12.374 frascos de 50 gramos anuales.
- En el estudio técnico se determinó que la capacidad instalada de la empresa es de 54.750 frascos anuales y se utilizará una capacidad de 12.375 frascos de condimentos de semilla de aguacate.
- La empresa se localizará en la parroquia San Pedro de Vilcabamba, en el barrio Panecillo, sector 5 esquinas, el local arrendado cuenta con todos los servicios básicos indispensables para su correcto funcionamiento.
- En base al estudio legal, la empresa está conformada como “L&L LTDA” y adopta como responsabilidad limitada y tendrá una duración de 5 años.
- En el estudio financiero se pudo determinar que la inversión necesaria para la implementación de la empresa es de \$9.960,64, la misma que el 88% será capital propio que es un valor de 8.760,64, mientras que el capital externo será del 12% que es un valor de \$ 1.200,00 que será financiado por el Banco Pichincha con una tasa de interés de 11.23% para 5 años plazo.
- El costo total del condimento para el primer año es de \$ 23.678,27, obteniendo un costo unitario de \$1.91 al mismo que se asigna un margen de ganancia del 30,66% generando un precio de \$2.50.
- Los ingresos de las ventas del primer año son de \$ 30.937,50 obteniendo una utilidad líquida de \$4.233,80, el mismo se encuentra detallado en el estado de pérdidas y ganancias del proyecto.

- El punto de equilibrio del primer año en función de la capacidad instalada es de 70% y en función de las ventas es de \$ 21.682,62.
- En lo referente a la evaluación financiera se obtuvo los siguientes resultados: El valor actual neto (VAN) es de \$7.290,61 siendo un valor positivo; la tasa interna de retorno (TIR) con un porcentaje de 40,55% mismo que es superior al costo del capital; el periodo de recuperación del capital es de 4 años, 4 meses y 17 días; la relación beneficio costo (RCB) se obtuvo que la empresa tendría \$ 0.24 centavos por cada dólar invertido; y el análisis de sensibilidad (AS) se determina que puede soportar un incremento de costos de 8,80% y una disminución de 7.15%.

## **9. Recomendaciones.**

- Según los resultados que se obtuvieron de la investigación; el tema planteado se puede ejecutar, ya que de acuerdo a los datos es factible, además que ayudara para el desarrollo de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.
- Realizar investigación en el mercado de la ciudad de Loja para ampliar la comercialización del producto y poder obtener más rentabilidad.
- El consumo de condimentos naturales de los alimentos que ayuden a mejorar los sabores de las comidas, además de aportar con nutrientes para el organismo de quienes lo consumen y poder contrarrestar enfermedades.
- Realizar la ejecución del proyecto en la parroquia, para el desarrollo socioeconómico y ayudar a disminuir el desempleo.
- Realizar ajustes que sean necesarios para la empresa, para que se adapte a cualquier cambio dentro del entorno del que se encuentra.
- Mantener innovaciones constantes dentro de la empresa tanto del producto que ofrece, proceso productivo, tecnología y organización para que sea competitiva en el mercado.

## 10. Bibliografía

- Arias, E. R. (08 de Septiembre de 2020). *economipedia*. Obtenido de economipedia:  
<https://economipedia.com/definiciones/organigrama-estructural.html>
- Arias, E. R. (31 de Agosto de 2020). *ECONOMIPEDIA*. Obtenido de ECONOMIPEDIA:  
<https://economipedia.com/definiciones/flujoograma.html>
- Arturo, M. C., & Jose Antonio, M. C. (2009). *PROYECTOS DE INVERSIÓN EVALUACION Y FORMULACIÓN*. Mexico: The McGraw-Hill .
- Bold. (9 de Julio de 2021). *Bold Consulting Group*. Obtenido de Bold Consulting Group:  
<https://bold.com.ec/indicadores-financieros/>
- Borad, S. (30 de Octubre de 2019). *www.esan.edu.pe*. Obtenido de *www.esan.edu.pe*:  
<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2019/10/analisis-de-sensibilidad-que-es-y-cual-es-su-importancia-en-un-proyecto/>
- Brume González, M. J. (2019). *Estructura Organizacional*. Barranquilla: Institución Universitaria Itsa.
- Centeno, L. (8 de Enero de 2017). *cocinayvino.com*. Obtenido de *cocinayvino.com*:  
<https://www.cocinayvino.com/vinos-bebidas/sin-alcohol/smoothies-y-batidos-que-los-diferencia/>
- Cevallos, V., Esparza, F., Balseca, J., & Chafla, J. (2022). *Formulación y evaluación de proyectos para financiamiento*. Guayaquil: CIDE.
- cforemoto. (21 de Enero de 2021). *cforemoto*. Obtenido de cforemoto:  
<https://blog.cforemoto.com/evaluacion-financiera-componentes-basicos/>
- Córdoba Padilla, M. (2011). *FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Corvo, H. S. (13 de Abril de 2019). *lifeder*. Obtenido de lifeder:  
<https://www.lifeder.com/estudio-de-prefactibilidad/>

- Escudero, E., & Gonzales, P. (Mayo de 2006). *scielo.isciii.es*. Obtenido de scielo.isciii.es:  
[https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0212-16112006000500007](https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0212-16112006000500007)
- Garbanzo, M. (2011). *Manual de Aguacate, Buenas Practicas de Cultivo Variedad Hass*. Costa Rica.
- Gomez, M., Escalera, D., Rojas, P., Andrade, M., Lopez, A., & Muruchi, A. (28 de Septiembre de 2017). *Scielo*. Obtenido de Scielo:  
[http://www.revistasbolivianas.ciencia.bo/scielo.php?lng=es&pid=S2075-61942017000200006&script=sci\\_arttext](http://www.revistasbolivianas.ciencia.bo/scielo.php?lng=es&pid=S2075-61942017000200006&script=sci_arttext)
- Granda Villa, E. M. (27 de Enero de 2016). *dspace.unl.edu.ec*. Obtenido de dspace.unl.edu.ec:  
<https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/10833/1/ENITH%20%28%20BIblioteca%29.pdf>
- Grunauer, M. S., & Maguiño, M. A. (2018). *El Marketing y su aplicación endiferentes áreas del conocimiento*. Machala: UTMACH.
- Ivan, T. (Septiembre de 2009). <https://www.marketing-free.com>. Obtenido de <https://www.marketing-free.com>: <https://www.marketing-free.com/producto/definicion-producto.html>
- Kiziryan, M. (28 de abril de 2015). *economipedia*. Obtenido de economipedia:  
<https://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja.html>
- Kotler, Philip, & Armstrong. (2013). *Plan de marketing*. Mexico: Pearson.
- Llangarí, V. (2013). <http://dspace.esPOCH.edu.ec>. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec>:  
<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/4293/1/20T00562.pdf>
- Londoño, P. (6 de Diciembre de 2021). *HubSpot*. Obtenido de HubSpot:  
<https://blog.hubspot.es/marketing/disenio-de->



- Pérez, D., & Pérez Martínez de Ubago, I. (2006). *El Producto, Concepto Y Desarrollo*.
- Perez, J., & Gardey, A. (21 de Agosto de 2009). *Definicones.de*. Obtenido de Definicones.de:  
<https://definicion.de/flujo-de-efectivo/>
- Pérez, J., & Merino, M. (15 de Agosto de 2012). *Definición de cuantificar - Qué es, Significado y Concepto. Definicion.de*. Obtenido de Definición de cuantificar - Qué es, Significado y Concepto. Definicion.de.: <https://definicion.de/cuantificar/>
- Perez, P. (27 de Abril de 2021). *OBS BUSINESS SCHOOL*. Obtenido de OBS BUSINESS SCHOOL: <https://www.obsbusiness.school/blog/etapas-del-proceso-de-produccion-conoce-el-proceso-de-principio-fin>
- Pérez, S., Ávila, G., & Coto, O. (2 de Abril de 2015). *www.redalyc.org*. Obtenido de [www.redalyc.org](http://www.redalyc.org): chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcglcfindmkaj/<https://www.redalyc.org/pdf/1932/193239249016.pdf>
- Porto, P., & Gardey, J. (25 de Marzo de 2008). *Definición de empresa - Qué es, Significado y Concepto*. Obtenido de Definición de empresa - Qué es, Significado y Concepto.: <https://definicion.de/empresa/>
- Rafael Luna, D. C. (Marzo de 2001). *Guía para elaborar estudios de factibilidad*. Obtenido de Guía para elaborar estudios de factibilidad:  
[https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-04/semana4/4Guia\\_Factibilidad\\_Proyectos\\_Ecoturisticos\\_CAPAS.pdf](https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-04/semana4/4Guia_Factibilidad_Proyectos_Ecoturisticos_CAPAS.pdf)
- Ramirez, J., Garcia, C., Vizcaíno, J., Jairo, C., Gutiérrez, F., Humberto, M., & Villagrán, S. (Agosto de 2012). *La ciencia y el hombre*. Obtenido de La ciencia y el hombre4:  
<https://www.uv.mx/cienciahombre/revistae/vol25num2/articulos/antioxidantes/>
- Rodrigues, N. (25 de Abril de 2022). *HubSpot*. Obtenido de HubSpot:  
<https://blog.hubspot.es/sales/organigrama-funcional>

- Rosero, D. A., Falcón, V. V., & Alcívar, S. N. (2019). *FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN*. Quito: Jurídica del Ecuador.
- Salas, L. (Septiembre de 2015). *avocadosource.com*. Obtenido de *.avocadosource.com*:  
[https://www.avocadosource.com/WAC8/Section\\_07/SalasLopezL2015.pdf](https://www.avocadosource.com/WAC8/Section_07/SalasLopezL2015.pdf)
- Sapag Chain, N. (2011). *Proyectos de inversión Formulación y Evaluación*. Chile: Pearson Educación.
- Serrano, M. B. (2010). *Universidad de Cuenca*. Obtenido de Universidad de Cuenca:  
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1626/1/Trabajo%20de%20titulaci%C3%B3n.pdf>
- Toapanta, D., & Vega, A. (2022). *Estudio de Factibilidad Para la Creación de una Empresa Dedicada a la Extracción y comercialización de Aceite de Aguacate en el Distrito Metropolitano de Quito*. Latacunga: Universidad Técnica de Cotopaxi.
- Villanueva, M., & Verti, S. (2007). *Proceedings VI World Avocado Congress (Actas VI Congreso Mundial del Aguacate)*. Viña del mar .
- Villanueva, M., & Verti, S. (s.f.). *Proceedings VI World Avocado Congress (Actas VI Congreso Mundial del Aguacate) 2007. Viña Del Mar, Chile. 12 – 16 Nov. 2007. ISBN No 978-956-17-0413-8.* .
- Vivero, A., Valenzuela, R., Valenzuela, A., & Morales, G. (Agosto de 2019). *Scielo*. Obtenido de Scielo: [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0717-75182019000400491#:~:text=Las%20semillas%20de%20palta%20son,agentes%20es pesantes%2C%20colorantes%2C%20aromatizantes%20e](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-75182019000400491#:~:text=Las%20semillas%20de%20palta%20son,agentes%20es pesantes%2C%20colorantes%2C%20aromatizantes%20e)
- Weinberger, K. (2009). *Plan de negocios*. Perú.
- Westreicher, G. (17 de 08 de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:  
<https://economipedia.com/definiciones/capital-de-trabajo.html>



## 11. Anexos.

Anexo 1.

Modelo de encuesta a demandantes

Señor(a) reciba un cordial saludo del estudiante de la carrera Administración de Empresa del Área Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja, la presente encuesta tiene como objetivo recabar información con fines educativos para la creación de una empresa destinada a la producción y comercialización de condimento elaborado a base de semilla de aguacate.

1. ¿Cuáles son los ingresos en su familia o en su hogar? (Marque con una **X**, una de las opciones que sean acordes a su realidad)

( ) menos de 500 dólares. ( ) 501 a 1000 dólares. ( ) más de 1000 dólares

2. Compra algún tipo de condimentos para acompañar los alimentos. (Marque con una **X**, una de las opciones que sean de su realidad)

( ) Si. ( ) No.

Explique la razón de su respuesta.

.....

3. ¿Qué especie de condimento consume con frecuencia? (en los recuadros que se encuentran debajo de los nombres marcar con **X** la respuesta que sea de su uso frecuente, en caso de no encontrar el nombre del condimento de su uso, se le solicita nombrarlo debajo del recuadro con el nombre otros).

Jengibre.	Romero.	Cúrcuma.	Comino.	Orégano.	Otros (Cuales)

4. ¿Qué cantidad compra de forma mensual? (Marque con una **X**, una de las opciones que vayan acorde a su realidad)

( ) 1 libra. ( ) ½ libra ( ) 4 onzas ( ) otro .....

5. Cuanto ha pagado por adquirir el condimento y en qué cantidad, marque con una X la opción que crea conveniente a su realidad en caso de no encontrar la opción se pide especificar en otras el peso y precio.

Precio/Peso	1 libra.	½ libra	4 onzas	Otro (Cantidad)
\$ 0.75				
\$ 1.00				
\$ 1,50.				
\$ 1,75.				

6. ¿En dónde compra el condimento?

Pagina web ( )

Distribuidor Nacional ( )

Envio familiar del exterior ( )

7. Como calificaría el producto que recibe de estas empresas.

( ) Bueno. ( ) Malo. ( ) Excelente. ( )

Regular.

8. ¿Conoce los beneficios de la semilla de aguacate?

Si ( ) No ( )

**Nota:** Si su respuesta es no, las propiedades del aguacate son: esta semilla es rica en vitamina A, B, B6, vitamina E, E-caroteno, potasio y magnesio además ayuda a mejorar el sistema inmunológico, mejora de la circulación, la protección de la salud cardiovascular o la protección del estómago ante enfermedades causadas por bacterias entre otros beneficios.

9. En la parroquia San Pedro de Vilcabamba se desea implementar una empresa productora y comercializadora de condimento a base de semilla de aguacate. ¿Estaría dispuesto a comprarlo?

Si ( ) No ( )

10. Adquiriría la presentación del producto en 50 gramos.

Si ( ) No ( )

Si su respuesta es no explique por qué.

11. . ¿Cuántas, veces al año compraría 50 gramos de condimento? (en el siguiente recuadro marque con una X, en los recuadros que se acoplen a su realidad en caso de no encontrar la opción de su consumo especificar la cantidad en el recuadro de otros)

Cantidad	Marque con una X
12	
18	
24	
28	
30	
Otros	

12. Como le gustaría encontrar el producto.

Funda ( )

Frasco plástico ( )

Frasco de vidrio ( )

13. En donde le gustaría adquirirlo.

Tienda ( )

Micro mercado ( )

Super mercado ( )

14. ¿Cuál sería la razón principal para consumir el condimento de semilla de aguacate?

Salud ( )

Sabor ( )

Presentación ( )

15. ¿Qué redes utiliza con más frecuencia para informarse?

Facebook ( )

Instagram ( )

WhatsApp ( )

Tiktok ( )

*Anexo 2.*

*Modelo de encuesta a los oferentes*

1. ¿Vende usted condimentos?

Si ( )

No ( )

2. ¿Cuántos unidades de condimentos vende usted semanalmente? En el paréntesis

indique una cantidad a su criterio

( )

Anexo 3.  
Certificado de traducción del resumen

Lic. Andrea Sthefania Carrión Mgs

0984079037

[andrea.s.carrión@unl.edu.ec](mailto:andrea.s.carrión@unl.edu.ec)

Loja-Ecuador

Loja, 1 diciembre del 2023

La suscrita, Andrea Sthefania Carrión Fernández, Mgs, DOCENTE EDUCACIÓN SUPERIOR (registro de la SENESCYT número: 1008-12-1124463), ÁREA DE INGLÉS-UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, a petición de la parte interesada y en forma legal.

**CERTIFICA:**

Que la traducción del resumen del documento adjunto, solicitado por el señor: John Paul Lanche Lanche con cédula de ciudadanía No. 1105363749, cuyo tema de investigación se titula: "Factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de condimento de papa de aguacate en la parroquia San Pedro de Vilcabamba de la provincia y cantón de Loja" ha sido realizado y aprobado por mi persona, Andrea Sthefania Carrión Fernández, Mgs. Docente de Educación Superior en la enseñanza del inglés como lengua extranjera.

El apartado del Abstract es una traducción textual del Resumen aprobado en español.

Particular que comunico en honor a la verdad para los fines académicos pertinentes, facultando al portador del presente documento, hacer el uso legal pertinente.

**ANDREA  
STHEFANIA  
CARRION  
FERNANDEZ**

Firmado digitalmente  
por ANDREA STHEFANIA  
CARRION FERNANDEZ

Fecha: 2023.12.01  
08:43:08 -06'00'

Andrea Sthefania Carrión Fernández. Mgs.

English Professor