



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja
Facultad Jurídica Social y Administrativa
Carrera de Contabilidad y Auditoría

Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de miel de coco en la ciudad de Loja, provincia de Loja.

**Trabajo de Integración Curricular previo a la
obtención del título de Licenciado en
Contabilidad y Auditoría.**

AUTOR:

Jaime Andres Coronel Chamba

DIRECTOR:

Ing. Luis Antonio Riofrio Leiva MAE.

LOJA – ECUADOR

AÑO 2024

Certificación

Loja, 22 de enero del 2024

Ing. Luis Antonio Riofrio Leiva MAE

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Certifico:

He orientado y revisado todo el proceso de elaboración del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Proyecto de Factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de miel de coco en la ciudad de Loja, provincia de Loja**, previo a la obtención del título de **Licenciado en Contabilidad y Auditoría**, elaborado por el estudiante **Jaime Andres Coronel Chamba**, con **cédula de identidad Nro. 1150600508**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación del mismo para su respectiva sustentación y defensa.

Ing. Luis Antonio Riofrio Leiva MAE

DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Autoría

Yo, **Jaime Andres Coronel Chamba**, 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 o acciones legales, por el contenido de este. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:  Firmado electrónicamente por:
JAIIME ANDRES
CORONEL CHAMBA

Cédula: 1150600508

Fecha: 22 de enero del 2024

Correo electrónico: jaime.coronel@unl.edu.ec

Teléfono: 0986895852

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

Yo, **Jaime Andres Coronel Chamba**, declaro ser el autor del presente Trabajo de Integración Curricular denominado: **Proyecto de Factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de miel de coco en la ciudad de Loja, provincia de Loja** como requisito para optar el Título de **Licenciado en Contabilidad y Auditoría**, 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, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tengan convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Integración Curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 22 días del mes de enero de dos mil veinticuatro, firma el autor.

Firma:  Primado electrónicamente por:
JAIIME ANDRES
CORONEL CHAMBA

Cédula: 1150600508

Fecha: 22 de enero del 2024

Dirección: Loja

Correo electrónico: jaime.coronel@unl.edu.ec

Teléfono: 0986895852

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director del Trabajo de Integración Curricular: Ing. Luis Antonio Riofrio Leiva MAE

Dedicatoria

El presente trabajo primeramente le quiero agradecer a Dios por haberme dado la fortaleza y las ganas de poder superarme cada día, las ganas de levantarme todos los días y ser una mejor persona.

A mí, por no rendirme, por levantar la cabeza cada día, por verme desvelado todas las noches tratando de terminar el trabajo, a mi porque nunca desistí en el trabajo, siempre estuve en marcha para lograr el objetivo alcanzado.

A mis padres, Jaime y Betty, ellos son mi razón para seguir adelante y gracias a ellos puedo decir que lo tengo todo y sé aprovechar cada uno de sus sacrificios para poder culminar hoy mi carrera, gracias por la confianza que me han brindado, mi amor y apoyo incondicional para ellos, gracias a mi hermano, por apoyarme todos los días, por darme esa motivación de seguir y seguir y no parar.

A mi familia en general y amistades presentes que logre conocer en este transcurso de la universidad, darlas las inmensas gracias, ya que siempre estuvieron ahí presentes con un consejo o apoyándome siempre, muchas gracias a todos.

Jaime Coronel

Agradecimiento

Mi eterna gratitud a la Universidad Nacional de Loja, a la Facultad Jurídica Social y Administrativa, a las autoridades y a todo el cuerpo docente que presta sus servicios profesionales en esta prestigiosa Universidad, quienes con su sabiduría han contribuido en la formación y enseñanza de cada uno de los estudiantes.

Quiero agradecer de manera especial al Ing. Luis Antonio Riofrio Leiva MAE, director del Trabajo de Integración Curricular, quien con sus conocimientos, experiencia y paciencia ha sabido guiarme de la mejor manera para la culminación de la presente tesis.

Índice de Contenidos

Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Carta de autorización	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de Contenidos	vii
Índice de Imágenes	viii
Índice de Figuras	viii
Índice de Tablas	ix
Índice de Anexos	xii
1. Título	2
2. Resumen	2
2.1 Abstract.....	3
3. Introducción	4
4. Marco Teórico	6
5. Metodología	56
6. Resultados	61
7. Discusión	158
8. Conclusiones	159
9. Recomendaciones	160
10. Bibliografía	161
11. Anexos	169

Índice de Imágenes

Imagen 1	20
Imagen 2	83
Imagen 3	85
Imagen 4	86
Imagen 5	87
Imagen 6	88
Imagen 7	90
Imagen 8	90
Imagen 9	92
Imagen 10	98

Índice de Figuras

Figura 1	51
Figura 2	64
Figura 3	64
Figura 4	65
Figura 5	66
Figura 6	67
Figura 7	68
Figura 8	70
Figura 9	71
Figura 10	72
Figura 11	73
Figura 12	74
Figura 13	75
Figura 14	101

Índice de Tablas

Tabla 1	32
Tabla 2	34
Tabla 3	35
Tabla 4	43
Tabla 5	44
Tabla 6	45
Tabla 7	48
Tabla 8	63
Tabla 9	64
Tabla 10	64
Tabla 11	65
Tabla 12	66
Tabla 13	67
Tabla 14	68
Tabla 15	69
Tabla 16	70
Tabla 17	71
Tabla 18	72
Tabla 19	74
Tabla 20	74
Tabla 21	76
Tabla 22	76
Tabla 23	77
Tabla 24	78
Tabla 25	78

Tabla 26	79
Tabla 27	80
Tabla 28	80
Tabla 29	80
Tabla 30	81
Tabla 31	81
Tabla 32	81
Tabla 33	82
Tabla 34	82
Tabla 35	84
Tabla 36	89
Tabla 37	91
Tabla 38	92
Tabla 39	94
Tabla 40	99
Tabla 41	99
Tabla 42	100
Tabla 43	102
Tabla 44	103
Tabla 45	104
Tabla 46	108
Tabla 47	109
Tabla 48	110
Tabla 49	111
Tabla 50	112
Tabla 51	113

Tabla 52	113
Tabla 53	114
Tabla 54	115
Tabla 55	116
Tabla 56	117
Tabla 57	118
Tabla 58	118
Tabla 59	119
Tabla 60	120
Tabla 61	120
Tabla 62	121
Tabla 63	122
Tabla 64	122
Tabla 65	123
Tabla 66	123
Tabla 67	124
Tabla 68	125
Tabla 69	126
Tabla 70	127
Tabla 71	127
Tabla 72	128
Tabla 73	128
Tabla 74	129
Tabla 75	130
Tabla 76	131
Tabla 77	132

Tabla 78	134
Tabla 79	137
Tabla 80	141
Tabla 81	143
Tabla 82	145
Tabla 83	147
Tabla 84	147
Tabla 85	149
Tabla 86	150
Tabla 87	151
Tabla 88	153
Tabla 89	156
 Indice de anexos	
Anexo 1	169
Anexo 2	173
Anexo 3	176

1. Título

Proyecto de Factibilidad para la creación de una Empresa Productora y Comercializadora de miel de coco en la ciudad de Loja, provincia de Loja.

2. Resumen

El Trabajo de Integración Curricular “Proyecto de Factibilidad para la creación de una Empresa Comercializadora de miel de coco en la ciudad de Loja”, tiene como objetivo principal determinar la factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de miel de coco en la ciudad de Loja con la finalidad de establecer la viabilidad técnica, económica y financiera que garantice su ejecución. Para la creación de la empresa se desarrolló un proyecto de factibilidad mismo que parte con la elaboración de un estudio de mercado que en base a la encuesta aplicada se determinó que existe una demanda efectiva del 97%. En el Estudio Técnico se indicó a través de una matriz de Macro y Micro localización que la empresa tendrá su domicilio comercial en el barrio “Pucacocha” parroquia El Valle y cantón Loja, provincia de Loja. Se la eligió principalmente por sus ventajas de acceso que tiene para vehículos de cualquier tipo, ya que se encuentra a lado de la avenida 8 de diciembre, esto les da a sus futuros clientes el espacio y las características necesarias para la adquisición del producto, además de que es un sector con gran afluencia comercial. Con la evaluación financiera se pudo conocer que el Valor Actual Neto (VAN), se obtuvo un valor positivo de \$64.912,34, así mismo la Tasa Interna de Retorno (TIR) se estableció en 90,21%, por su parte para la Relación Beneficio-Costo luego de sus resultados se obtuvo un valor positivo de \$1,56 lo que significa que por cada dólar invertido habrá 0,56 centavos de dólar como utilidad, respecto al Periodo de Recuperación del Capital (PRC) se evidencio que el proyecto recuperará la inversión de \$89.662,16 en un tiempo en 3 años, 7 meses y 19 días periodo considerado como aceptable, finalmente en el Análisis de Sensibilidad se determinó que el proyecto soporta un aumento en los costos del 77,80% y una disminución en los ingresos del 10,70%. Por último, con los aspectos antes mencionados se concluye que la creación de la empresa es factible, considerando que los indicadores de evaluación financiera son positivos y aseguran la rentabilidad; por ello, se recomienda su ejecución.

Palabras claves: Creación de Empresas, Investigación, Análisis, Estudio, Decisiones.

2.1 Abstract

The present Curricular Integration Work, "Feasibility Project for the Establishment of a Coconut Honey Trading Company in the City of Loja," aims to determine the feasibility of creating a coconut honey trading company in the city of Loja, with the main objective of establishing the technical, economic, and financial viability that guarantees its implementation. The project's development began with a feasibility study, including a market study that determined an effective demand of 97% based on the conducted survey. In the Technical Study, a Macro and Micro location matrix indicated that the company would have its commercial address in the "Pucacocha" neighborhood, El Valle parish, and Loja canton, Loja province. This location was chosen primarily for its accessibility advantages for vehicles of any type, being next to the 8 de diciembre Avenue, providing future customers with the necessary space and characteristics for product acquisition, in addition to being a commercially vibrant area. Financial evaluation revealed a positive Net Present Value (NPV) of \$64,912.34 and an Internal Rate of Return (IRR) of 90.21%. The Benefit-Cost Ratio yielded a positive value of \$1.56, signifying that for every dollar invested, there will be a profit of \$0.56. Regarding the Payback Period (PRC), the project is projected to recover the investment of \$89,662.16 in 3 years, 7 months, and 19 days, considered an acceptable period. Finally, Sensitivity Analysis determined that the project can withstand a 77.80% increase in costs and a 10.70% decrease in revenues. In conclusion, considering the positive financial evaluation indicators ensuring profitability, the creation of the company is deemed feasible. Therefore, its execution is recommended.

Keywords: Business Creation, Research, Analysis, Study, Decisions.

3. Introducción

El proyecto de factibilidad es un instrumento que incurre en actividades interrelacionadas cuya ejecución busca aprovechar sus recursos en el mediano y largo plazo, esto permitirá alcanzar los objetivos predeterminados de satisfacer las necesidades de la sociedad con la finalidad de conseguir un beneficio e impulse el desarrollo de la economía local, zonal, provincial y nacional. Al realizar un estudio de factibilidad se determina si el proyecto es viable o no y en caso de ser viable, en qué condiciones, recursos, tiempo y presupuesto debe desarrollarse para que el proyecto resulte exitoso.

El sector empresarial en el Ecuador actualmente experimenta un lento crecimiento en sus ventas, luego de la crisis originada por el COVID-19 que dejó como consecuencia altas pérdidas en los principales sectores de la economía a nivel nacional; ante ello es fundamental que las personas opten por encontrar una salida donde su dependencia y salud financiera sea propia, con ideas de negocios que les permitan contribuir a la economía personal, local y nacional; en base a estos antecedentes nace la idea de crear un negocio orientado a la comercialización de miel de coco en la ciudad de Loja, provincia de Loja, el cual aportará con la generación de empleo; desde esta perspectiva este contexto el Trabajo de Integración Curricular denominado, “Proyecto de Factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de miel de coco en la ciudad de Loja”, está enfocado en la venta de miel de coco para su posterior comercialización a fin de cubrir necesidades insatisfechas y generar un beneficio económico a su propietario.

El presente trabajo se encuentra estructurado de conformidad con lo establecido en el artículo 229 del Reglamento de Régimen Académico vigente en la Universidad Nacional de Loja, mismo que está constituido de la siguiente forma: **Título**, el cual corresponde a la denominación del Trabajo de Integración Curricular; **Resumen**, constituye una síntesis de los resultados obtenidos en relación a los objetivos planteados en español y traducido al inglés; **Introducción**, describe la importancia del título, y el aporte que se le dará a la empresa mediante el Trabajo de Integración Curricular así como la estructura general; **Marco Teórico**, incluye la revisión bibliográfica de las bases indispensables en la elaboración del proyecto, lo que permitió conocer los elementos que giran en torno a la elaboración de un estudio de factibilidad.

Metodología, describe los métodos y técnicas empleadas en el desarrollo del Trabajo de Integración Curricular; **Resultados**, comprende el Estudio de Mercado, el Estudio Técnico,

el Estudio Financiero y la Evaluación Financiera; **Discusión**, hace referencia a los resultados de la situación actual con los beneficios que traería la creación del proyecto de factibilidad en la ciudad de Loja; **Conclusiones**, corresponde a los resultados obtenidos en forma resumida en relación a los objetivos propuestos; **Recomendaciones**, representan aquellas sugerencias realizadas conforme a los resultados obtenidos; **Bibliografía**, se detalla el listado de las fuentes de información teórica utilizadas en el desarrollo del Trabajo de Integración Curricular; y, finalmente, los **Anexos**, en el que constan los documentos de soporte para la realización del Trabajo de Integración Curricular, mismos que son los siguientes: Proyecto de Integración Curricular, los Factores que Determinan el Tamaño del Proyecto, la Encuesta y la Certificación de Aprobación del Trabajo de Integración Curricular.

4. Marco Teórico

La Empresa

Según (sumup, 2020) define que la empresa es:

Aquella organización de personas que comparten unos objetivos con el fin de obtener beneficios. Una empresa es una unidad productiva agrupada y dedicada a desarrollar una actividad económica con ánimo de lucro. En general, una empresa también se puede definir como una unidad formada por un grupo de personas, bienes materiales y financieros, con el objetivo de producir algo o prestar un servicio que cubra una necesidad y por el que se obtengan beneficios.

(García, 2020) respecto a la importancia de una empresa argumenta lo siguiente:

Las empresas son el motor fundamental en la economía de los países, ya que son el medio para dinamizar la economía de un determinado sector; satisfacen las necesidades individuales y colectivas con la producción y/o comercialización de bienes o la prestación de servicios; Generan fuentes de empleo directas e indirectas; contribuyen con el estado como agentes de percepción de tributos, con su contingente se alimenta el presupuesto general del estado que en lo posterior se revierte en obras elementales y atención prioritaria en base a las necesidades de la población de nuestro país.

Objetivos

Para Gar (Espejo Lupe y López Genoveva, 2018) algunos de los objetivos más significativos que persiguen las empresas desde su punto de vista son:

- Obtener el mayor beneficio posible.
- Satisfacer las necesidades de los clientes.
- Objetivos de estabilidad y adaptabilidad al entorno.
- Objetivos de expansión y crecimiento de la empresa.

Clasificación.

La globalización y avances tecnológicos y económicos han originado la existencia de una gran diversidad de empresas, por lo tanto se considera los diferentes criterios de clasificación empresarial y sus numerosas diferencias que existen entre unas y otras, dependiendo en qué aspecto nos fijemos, podemos establecer una tipología de empresas que coadyuvaron a clasificarlas, es por ello que se considera al siguiente autor el cual nos proyecta

de manera clara y concreta la clasificación en todos sus aspectos o campos de acuerdo al siguiente detalle:

Según (Espejo Lupe y López Genoveva, 2018) las empresas se pueden clasificar de la siguiente manera:

Según la actividad.

Industriales. La actividad básica de este tipo de empresas es la compra de materias primas para transformarlas en productos terminados para su posterior comercialización.

Comerciales. Son aquellas empresas que se dedican a la adquisición de bienes o productos, con el objeto de comercializarlos sin realizar transformación alguna y obtener ganancias.

Servicios. La actividad económica de este tipo de empresas es la generación o venta de productos intangibles, como es el caso de empresas que se dedican a la limpieza, estéticas, seguridad, educación, publicidad, entre otros.

Extractivas. Son aquellas empresas que se dedican a la explotación de los recursos que se encuentran en el subsuelo.

Agropecuarias. Son las empresas que realizan actividades de agricultura y ganadería. Según por el sector al que pertenecen.

Públicas. Son entidades creadas por la Constitución o Ley, por Actos Legislativos seccionales (Ordenanzas) para la prestación de servicios públicos, constituyéndose como personas jurídicas de derecho público.

Privadas. Son personas naturales o jurídicas de derecho privado, que se dedican a la producción, comercialización de bienes y servicios.

Mixtas. El capital de las empresas mixtas está constituido por aportes del sector privado y del sector público.

Según su Tamaño

Microempresas. Son pequeñas unidades económicas, por lo general se inician como emprendimientos personales, familiares o artesanales. Se caracterizan por tener máximo 9 empleados, ventas brutas anuales de \$300.000.

Pequeñas. Son aquellas que realizan actividades económicas y productivas; manejan entre 10 y 49 empleados, ventas brutas anuales de \$300.001 a \$1.000.000 y activos totales de \$100.001 hasta \$750.000.

Medianas. Este tipo de empresas tienen entre 50 y 199 empleados, ventas brutas anuales de \$ 1.000.001 a \$5.000.000 y activos totales de \$750.001 a \$3.999.999.

Grandes. Este tipo de empresas tienen 200 o más empleados, ventas brutas anuales desde \$5.000.001 y activos totales mayor o igual a \$4.000.000.

Por la función económica.

Primarias. Son las empresas de explotación (minera, forestal, productos del mar, etc.), las agropecuarias (agricultura y ganadería) y las de construcción.

Secundarias. Son aquellas empresas que se dedican a la transformación de materias primas.

Terciarias. Son las empresas dedicadas exclusivamente a la prestación de servicios como salud, educación, transporte, hospedaje, seguros, financieros (pp. 16-17).

Para el presente proyecto se escogió la empresa por su sector donde tenemos el sector público, sector privado y sector mixto. La cuál mi proyecto se encuentra identificado por el sector privado, ya que su capital será netamente del propietario.

Empresa Comercial

Según (Daniel Aguirre, 2022) da a conocer que las empresas comerciales son aquellas sociedades que se dedican a comprar bienes para venderlos sin transformarlos. En sentido amplio, este tipo de empresas realizan actividades económicas organizadas, como compra y venta de productos que bien pueden ser materias primas o productos terminados.

A su vez, estas empresas cumplen la función de intermediarias entre los productores y los consumidores, y no realizan ningún tipo de transformación de materias primas.

Tipos.

Las empresas comerciales se clasifican según determinados factores:

- Por el volumen de operaciones, lo cual las convierte en mayoristas o minoristas.
- Según el tipo de producto que utilizan para sus labores, como materias primas, productos semiterminados o productos terminados.

Proyecto de Inversión

(Rodríguez E. , 2021) nos cuenta que un proyecto de inversión es un plan detallado de actividades destinadas a una acción económica futura, o sea, a una posible inversión de algún tipo. Se trata de un tipo de documento común en la administración de empresas y la gestión de proyectos, que surge de la necesidad de un actor económico público o privado (digamos, una empresa) de incrementar el rendimiento de sus capitales.

Las inversiones que este tipo de proyectos contempla no necesariamente poseen objetivos y trayectorias organizadas, sino que se proponen incrementar los recursos financieros disponibles, o sea, que apuestan por la rentabilidad.

El proyecto de inversión tiene como importancia conocer la rentabilidad económica y social, de manera que resuelva una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable, asignando los recursos económicos con que se cuentan a la mejor alternativa. Su objetivo es generar un rendimiento económico a un determinado plazo. Para esto, será necesario inmovilizar recursos a largo plazo.

Clasificación.

Existen muchas maneras de clasificar los proyectos de inversión: según el sector económico al que se refieren, por el área de influencia geográfica, por si la inversión se va a hacer sobre bienes tangibles o intangibles (servicios):

- Proyectos de inversión primarios: Inversiones en el sector primario de la economía, como la agricultura, la pesca y la minería.
- Proyectos de inversión secundarios: Inversiones en el sector secundario de la economía, como la construcción, la industria manufacturera y la energía.
- Proyectos de inversión terciarios: Inversiones en el sector terciario de la economía, como el comercio, la hostelería, los servicios financieros y la educación.
- Proyectos de inversión cuaternarios: Inversiones en el sector cuaternario de la economía, como la investigación y desarrollo, la tecnología y la información.

Además, los proyectos de inversión también pueden clasificarse según su área de influencia geográfica, por ejemplo:

- Proyectos de inversión nacional: Inversiones que se realizan dentro del país de origen.

- Proyectos de inversión regional: Inversiones que se realizan en una región específica del país, como una provincia o un distrito.
- Proyectos de inversión internacional: Inversiones que se realizan fuera del país de origen, en un país extranjero.

Fases.

1^{ra} Fase: Preinversión

(Córdoba Padilla, 2011) al adentrarse en las fases tenemos que la preinversión consiste en identificar, formular y evaluar el proyecto y establecer cómo se llevaría a cabo para resolver el problema o atender la necesidad que le da origen.

Esta fase corresponde al estudio de factibilidad económica de las diversas opciones de solución identificadas para cada una de las ideas de proyectos. Cuanto menos cantidad y calidad tenga la información, más se acerca al estudio del perfil; mientras que más y mejor sea la información, más se acerca al nivel de factibilidad. La fase de preinversión presenta las siguientes etapas:

Etapas de la Idea

La “clave de oro” del éxito está en tener buenas ideas de negocios o proyectos. Por lo tanto, la identificación de buenas ideas de negocios o proyectos debe hacerse sin ahorrar esfuerzo alguno. Hay quienes sostienen que las buenas ideas de bienes o servicios solo las pueden tener las grandes organizaciones dedicadas a la investigación y que ya se terminó la época del empresario; concepto completamente erróneo y ampliamente refutado con la gran cantidad de negocios pequeños de éxito que operan en todas las comunidades. La tarea del empresario no es la de buscar avances tecnológicos; su misión es buscar la oportunidad para invertir su capital y su talento para obtener beneficios y ganancias personales.

Al referirnos a la Etapa de idea (Córdoba Padilla, 2011) conceptualiza que:

En esta etapa se identifica el problema o la necesidad que se va a satisfacer y se identifican las alternativas básicas mediante las cuales se resolverá el problema. La etapa de idea corresponde al proceso sistemático de búsqueda de posibilidades para solucionar problemas o ineficiencias en el entorno y aprovechar las oportunidades de negocios. Se trata de la solución de un problema. (p. 9)

De acuerdo con lo expuesto la concepción de la idea, enfatiza que se trata de transformar aquella idea en algo concreto y apto de ser catalogado como negocio, y de acuerdo con el desempeño, en una actividad capaz de generar trabajo y riqueza para sus promotores y el entorno.

Etapa de Perfil

(Córdoba Padilla, 2011) considera que “el estudio de perfil es el más preliminar, estático, y basado en información secundaria y cualitativa (opiniones de expertos o cifras estimativas) (p. 10)

Un perfil de proyecto es una descripción simplificada de un proyecto. Además de definir el propósito y la pertenencia del proyecto, presenta un primer estimado de las actividades requeridas y de la inversión total que se necesitará, así como de los costos operativos anuales, y, en el caso de proyectos destinados a la generación de ingresos, del ingreso anual.

El estudio a nivel de perfil es el inicial de todos, puesto que su análisis es con frecuencia, estático y se basa principalmente en información secundaria, cuyo objetivo fundamental es determinar si existen circunstancias que justifiquen abandonar el proyecto, con el objetivo de no efectuar gastos futuros en estudios que proporcionen mejor información; y por otra, reducir las opciones de solución, seleccionando aquellas que en un primer análisis podrían aparecer como las más convenientes.

Etapa de Prefactibilidad

(Córdoba Padilla, 2011) considera que este estudio es conocido como anteproyecto, ya que es un análisis que profundiza la investigación en las fuentes secundarias y primarias en el estudio de mercado, detalla la tecnología que se empleará, determina los costos totales y la rentabilidad económica del proyecto. Por lo tanto, es la base en que se apoyan los inversionistas para tomar una decisión.

Para tener más clara esta temática se considera el siguiente concepto:

Los estudios de prefactibilidad son un análisis de la fase inicial de un posible proyecto. Los lleva a cabo un pequeño equipo y están diseñados para dar a los interesados de la empresa la información básica que necesitan para dar luz verde a un proyecto o elegir entre posibles inversiones.

Un estudio de prefactibilidad suele ofrecer una visión general de la logística de un proyecto, las necesidades de capital, los principales retos y otra información que se considera importante para el proceso de toma de decisiones.

Este estudio se requiere realizar investigaciones de terreno, cotizar y averiguar precios sean estos de: insumos principales, precisar el valor de los ingresos esperados, calcular el costo del financiamiento, costo de operación, y demás. Cuya información delimitará las conclusiones en el informe de prefactibilidad, que coadyuvará a determinar las diferentes iniciativas y opciones, definiendo así los datos complementarios que requiere el estudio final de todo proyecto de inversión.

Etapas de factibilidad

(Córdoba Padilla, 2011) considera que “la factibilidad está enfocada al análisis de la alternativa más atractiva estudiada en la prefactibilidad, abordando en general los mismos aspectos, pero con mayor profundidad y dirigidos a la opción más recomendable”.

Etapas de Diseño

(Córdoba Padilla, 2011) argumenta que “una vez decidida la ejecución del proyecto, en esta etapa se elabora el diseño definitivo”.

Al realizar un proyecto lo primero que debe considerar es desarrollar una introducción, la cual debe contener una breve reseña histórica del desarrollo y los usos del producto, incluyendo los beneficiados. Se puede apoyar en estadísticas de fuentes secundarias y precisar cuáles son los factores relevantes que influyen directamente en su consumo. Al igual se recomienda ser breve y proyectarlo en un lenguaje fácil de entender. Siguiendo con este proceso se debe hacer el marco de referencia o antecedentes del estudio, donde este debe ser situado en las condiciones económicas y sociales, y se debe aclarar el por qué se pensó en emprenderlo; sin dejar de lado quienes serán los beneficiados: que problema se pretende resolver con la ejecución del proyecto o si se pretende elaborar determinado artículo o servicio, para definir si es una buena opción de inversión.

2^{da} Fase: Inversión o Ejecución

(Córdoba Padilla, 2011) determina que:

La fase de inversión corresponde al proceso de implementación del proyecto, una vez seleccionado el modelo a seguir, donde se materializan todas las inversiones previas a su puesta en marcha”. Dentro de este contexto se debe considerar lo siguiente:

- La compra del terreno, la construcción de la planta de producción, oficinas e instalaciones.
- La compra e instalación de maquinaria, equipos y herramientas.
- Selección y administración de sistemas operacionales y administrativos.
- Selección, contratación, inducción y capacitación de personal.
- Operación inicial del negocio.

Una vez concluida esta etapa se debe continuar con la comparación y medición de los resultados reales contra los presupuestados, lo cual puede realizarse en forma parcial o total, teniendo como objetivo mejorar o corregir el desarrollo del proyecto de inversión y así obtener los resultados más cercanos a los planes originales.

Etapa de la Ejecución

En esta etapa se materializa el proyecto, es decir:

La implantación (o instalación) de actividades necesarias para dotar al proyecto de su capacidad productiva es la etapa en que se efectúan las inversiones físicas, la cual termina cuando se entrega una unidad en condiciones de iniciar la generación de los bienes o servicios con los cuales el proyecto deberá cumplir sus objetivos específicos. (Córdoba Padilla, 2011)

Parte de la elaboración del expediente técnico, mismo que contendrá las distintas operaciones que se van a llevar a cabo dentro del proyecto inversión, para poder más adelante controlar su ejecución. De tal manera es importante destacar que en esta etapa se debe prever un control meticuloso y exhaustivo de las actividades que sean flexibles a modificaciones, como también del registro de las inversiones para su posterior control. Con esto se dará por concluido el proyecto, el cual deberá verificarse en su liquidación y detalle financiero.

3^{ra} Fase: Operación

La fase de operación es aquella donde la inversión ya materializada está en ejecución. Una vez instalado, el proyecto entra en operación y se inicia la generación del producto (bien o

servicio), orientado a la solución del problema o a la satisfacción de la necesidad que dio origen al mismo. (Córdoba Padilla, 2011)

4^{ta} Fase: Evaluación de Resultados

La finalidad de la evaluación de proyectos de inversión es la de determinar la viabilidad financiera que conlleva una mínima rentabilidad exigida por los inversionistas, es decir estimar anticipadamente los resultados de la aplicación o ejecución del proyecto solicitante de la financiación, para esto el profesional que realiza la evaluación utiliza métodos y técnicas confiables que permiten dar respuestas a las interrogantes planteadas, tomando en cuenta que estos resultados son proyecciones en múltiples realidades que no elimina el riesgo por completo pero que si lo disminuye al presentar secuencias objetivas de procesos y procedimientos a llevar a cabo.

Estudio de Factibilidad

(Johanna , 2022) Los estudios de factibilidad son una herramienta analítica que permite evaluar la viabilidad de un proyecto, así como la capacidad de una organización para su cumplimiento. Estos estudios estiman la probabilidad de éxito en el emprendimiento de un objetivo y sirven para ajustar nuestras expectativas o llevar a cabo acciones correctivas para alcanzar las metas trazadas.

Este estudio inserta más investigaciones técnicas y profesionales en apoyo a la etapa de prefactibilidad, ya que se cree que reduce las inseguridades respecto de la ejecución de proyectos de inversión. Los estudios de viabilidad ayudan a comprender el tamaño óptimo del proyecto, determinar los ingresos operativos, el financiamiento y la organización interna de las operaciones de la entidad.

Estudio de Mercado

(Gonzalez, 2022) Un estudio de mercado es el proceso mediante el cual realizamos la recolección y análisis de información que sirve para identificar las características de un mercado y comprender cómo funciona.

Este tipo de estudio es especialmente útil para analizar aspectos como hábitos de consumo, región de operación, requerimientos de productos o análisis de la competencia para asegurar el buen desempeño del negocio.

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

Generalidades.

El estudio de mercado se lo consideran como la parte más importante del proyecto, un buen estudio de mercado permitirá desarrollar eficientemente todos los demás estudios: técnico, financiero y llevar a cabo una real evaluación del proyecto. De ahí la importancia que se le debe dar y que de hecho tiene en todo sentido el estudio de mercado dentro de un proyecto. Antes de iniciar el estudio de un proyecto, es conveniente tener una idea general del tamaño del mercado.

Si la demanda potencial se presenta mayor que la oferta, es posible empezar a ver la factibilidad de llevar adelante el proyecto. Algunos proyectos no se han culminado porque el mercado no cubre los requerimientos de demanda proyectados o simplemente no existe mercado para nuestro bien o servicio.

La importancia de hacer un estudio de mercado radica en la posibilidad de asegurar el éxito de cualquier emprendimiento, ya que el conocer el entorno en el cual se desarrollará dicho proyecto, permite a cualquiera realizar una planeación adecuada. Independientemente del proyecto o perfil de la empresa, un estudio de mercado es esencial, incluso si sientes que tienes un buen dominio de tu entorno y negocio.

Además, un estudio de mercado no es complicado de realizar y la mayoría lo ha hecho sin saberlo; recopilando información en Internet, aprendiendo sobre la competencia, sobre las personas con las que pretenden trabajar, o considerando cómo dar a conocer su producto o servicio.

Etapas de Estudio de Mercado

Cobertura del Estudio de Mercado.

Se enfoca en establecer el mercado geográfico en el que se ajustaran, considerando la investigación como eje clave para recabar información de entidades geográficas establecidas, tipos de productos o servicios, a su vez aspectos comunitarios del sector como: edad, sexo, nivel

de educación, promedio de ingresos y demás datos que te coadyuven a describir quiénes y cómo son nuestros competidores como consumidores.

Recopilación de la Información.

Determina un buen método que nos permita evaluar la información ya sea esta cuantitativa, cualitativa o ambas, puesto que en este proceso es indispensable la recolección de datos que ayudarán al analista a cumplir con la evaluación del mercado doméstico disponible para el proyecto. Entre los métodos a considerar tenemos: la entrevista, encuesta, cuestionario, observación, escala de opinión y demás.

Análisis de la Información.

Permite verificar la posibilidad técnica de la prestación de bien o servicio que se pretende establecer, analizando a su vez el tamaño, localización, equipo, instalaciones y organización que se requerirá para realizar la oferta y comercialización del bien o servicio de estudio.

En esta etapa final hay que considerar preguntarnos:

¿Cuánto podré vender?

¿Cuáles son las condiciones de venta que se adoptara?

¿Qué problemas existen dentro de los factores económicos, políticos y sociales?

¿Cuál es la mejor estrategia de comercialización del producto?

Segmentación de Mercado

Según (Fernández, 2020) define la segmentación de mercados de la siguiente manera:

Mediante la segmentación de mercados, las compañías dividen mercados grandes y heterogéneos en segmentos más pequeños a los que se puede llegar de manera más eficaz con productos y servicios adaptados a sus necesidades singulares.

Existen distintas bases o variables para segmentar un mercado. Las compañías deben probar cuál o cuáles son las variables, que le permitan encontrar la mejor manera de atender las necesidades para lograr clientes sumamente satisfechos.

La segmentación de mercados se enfoca en delimitar el mercado objetivo, es decir que se resumirá en un conjunto de grupos más pequeños que comparten características similares, con ello permite que las empresas ya sean estas que ofrezcan un bien o servicio, creen

estrategias que permitirán llegar a los diferentes tipos de consumidores, considerando la forma en la que perciben el valor total de ciertos productos y servicios. De tal manera que se pueda llegar con un mensaje más personalizado con la certeza de que será recibido con éxito.

Tipos de Segmentación de Mercado.

Geográfica. Divide al mercado en zonas geográficas (países, estados, ciudades, regiones). También tiene en cuenta el clima (tropical, seco, polar o mezcla de ellos), la zona (urbana, rural, suburbana), tamaño de la población (# de habitantes). Las empresas pueden desarrollar sus ventas en una o varias zonas geográficas, teniendo siempre presente que para cada área deben crear una estrategia de marketing específicas.

Se enfoca a la ubicación geográfica de la población objetiva que se pretende llegar, es decir el entorno en el cual se desenvuelve el segmento. Con ello es importante definir: el país, región, ciudad, parroquia y el clima en el que se desarrollará el proyecto.

Demográfica. Consiste en dividir el mercado teniendo en cuenta la edad, el sexo, el tamaño de la familia, el ciclo de vida familiar, la renta, la ocupación, la educación, la religión y la nacionalidad. Las variables demográficas son muy importantes para definir un segmento de mercado y son las más fáciles de medir, ya que los deseos, necesidades y preferencias de los consumidores están muy ligados a ellas.

Este segmento engloba aspectos específicos, es decir la audiencia o consumidores potenciales. Por lo cual este segmento delimita variables como: edad, sexo, cultura, ocupación, educación, religión, raza y estatus económico social.

Demanda de Mercado

(Vigo, 2018) definen que “La demanda del mercado es la suma de las demandas individuales que lo integran”. (p. 108)

Enfatiza la interacción del consumidor ante los bienes y servicios requeridos por un conjunto de individuos que desean adquirir o hacer uso de cada uno de estos mercados determinados. Resaltando aspectos en los que influyen las necesidades, interés o tendencias. Lo mismo que las empresas hacen de estos factores fortalezas para fijar o establecer precio a su producto o servicio a ofertar.

Demanda

Se entiende por demanda al 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.

La demanda se basa en los diferentes costos del mercado de acuerdo con la cantidad y calidad de los bienes y servicios que desea adquirir un cliente o consumidor.

Clasificación.

Demanda potencial

(Pasaca, 2017) argumenta que “Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto, en el mercado. Ej. El ser humano para el consumo de carne”.

Se caracteriza por cantidad de bienes o servicios que desea establecerse en determinada zona poblacional, la misma que se pueda consumir o utilizar de acuerdo con el mercado en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer de la oferta del bien o servicio.

Demanda Real

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan de un producto, en el mercado. Ej. Los seres humanos que consumen carne, se descartan los vegetarianos. (Pasaca, 2017)

Se denomina demanda real aquella demanda activa dentro de los mercados de la zona geográfica en la que se pretende establecer el proyecto o emprendimiento. Por lo tanto, la real es el número absoluto de ciudadanos o familias que están dispuestas a adquirir el bien o servicio.

Demanda Efectiva

(Pasaca, 2017) considera que “Está constituida por quienes tienen intención y capacidad de compra, además forma parte de la demanda insatisfecha que puede ser atendida por la acción del proyecto”.

La demanda efectiva es aquella venta real ejercida por la comercialización de un bien o servicio ofertado por parte de la empresa al mercado, es decir, es la cantidad del producto que

llega a venderse, y que los consumidores están dispuestos a adquirir a un precio determinado, ya que disponen de la capacidad adquisitiva, no obstante, el mismo no debe confundirse con la demanda planeada.

Demanda Insatisfecha

(Pasaca, 2017) dice que “constituye aquella parte de la demanda que no es atendida por el mercado, ya sea por falta de producto o carecer de las características requeridas por el demandante”.

Se denomina demanda insatisfecha aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado, puesto que esta demanda se podría concretar en parte por el proyecto o emprendimiento a establecerse, enfocado de otra manera, se habla de demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta.

Oferta del Mercado

(Guide, 2019) en economía, “oferta” se define como todos los bienes y servicios disponibles en el mercado que los socios comerciales pueden adquirir a cambio de dinero, bienes materiales u otros servicios.

(Villagrán, 2018) se considera que la demanda es la sumatoria de las adquisiciones o compra de un bien o servicio por parte del consumidor para satisfacer una necesidad. Dentro de la demanda, se constituye la estimación de la cuantía de los bienes o servicios provenientes de una unidad de producción nueva que estaría dispuesta a comprar a un precio determinado.

La importancia de la oferta en el mercado juega un papel determinante en la planificación de futuro de una empresa. Independientemente de si queremos ofrecer nuevos productos o servicios o realizar un plan de empresa para una nueva empresa.

Competencia.

(Carrilo, 2019) conceptualiza a la competencia como:

Rivalidad entre las fuerzas: Se entiende por competidor directo a la organización que oferta el mismo producto y/o servicio en el mismo segmento de mercado. El análisis de esta fuerza implica un análisis de las estrategias empleadas por los competidores y la tendencia a la apertura o cierre de proyectos similares; también se estudia la evolución de los precios en el tiempo y la existencia de monopolios u oligopolios que pudieran afectar la libre competencia en el segmento.

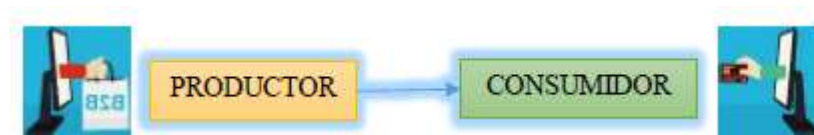
Comercialización.

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. (Pasaca, 2017)

Es el conjunto de actividades relacionadas con el cambio de bienes y servicios desde los productores hasta el consumidor final, para ello existen canales de comercialización que utilizan las empresas, para vender el producto y los mecanismos de publicidad y promoción a utilizar.

Imagen 1.

Proceso de comercialización entre productor a consumidor o usuario



Nota. El gráfico representa cuando el productor vende directamente al consumidor o usuario final.

Precio.

Al referirnos en lo que corresponde a la definición de precio (Córdoba Padilla, 2011) argumenta lo siguiente:

El precio es el regulador entre la oferta y la demanda, salvo cuando existe protección (aranceles, impuestos). El estudio de precios tiene gran importancia e incidencia en el estudio de mercado, ya que de la fijación del precio y de sus posibles variaciones dependerá el éxito del producto o servicio a ofrecer.

En el estudio de mercado del proyecto se deben analizar los precios que tienen los bienes y servicios que se espera producir:

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

Precios que se pueden obtener de fuentes primarias de información como los existentes en el mercado y supermercados de la localidad. Será importante analizar además las fuentes secundarias; es decir, aquellas fuentes donde la información la encontramos ya elaborada por

personas o entidades, en las cuales se puede confiar, tales como: publicaciones especiales, estudios de instituciones privadas y públicas, BCE, INEC, ministerios, universidades, etc.

El precio de un servicio o producto se lo puede expresar en dinero ofrecido en un mercado y está relacionado directamente con las ventas. Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto, pues es el que define en última instancia el nivel de ingresos.

Publicidad.

(Córdoba Padilla, 2011) reconoce que la publicidad se entiende como toda forma de presentación y promoción de ideas, bienes o servicios. Es decir, sin la participación directa entre el vendedor y cliente, por lo tanto, los dueños, empresario o fabricantes, utilizan la publicidad para hacer llegar sus mensajes de ventas a numerosas personas a la vez. Dentro del cual en la globalización existente los medios más utilizados son: redes sociales. blog empresarial, periódicos, revistas, televisión, radio y demás que son las nuevas formas de difusión.

Estudio Técnico

(Villagrán, 2018) nos cuenta que el estudio técnico es fundamental en un proyecto de inversión, ya que es en este dónde se estudia la localización y tamaño óptimo de las instalaciones ilustrando así todos los factores influyentes para el mejor desarrollo del proyecto.

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas.

Tamaño del Proyecto

(Villagrán, 2018) considera que el tamaño del proyecto se define como la capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trate.

Dentro de lo que respecta el tamaño del proyecto radica de: La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. De igual forma, la decisión que se tome respecto del tamaño

determinará el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por venta. (Córdoba Padilla, 2011)

Capacidad Instalada

Los recursos destinados a las inversiones de largo plazo mejor conocidos como activos fijos o capacidad instalada: Son aquellas inversiones que se realizan con la finalidad de ser utilizadas y no con la finalidad de ser vendidas, estas inversiones utilizan los recursos excedentes u ociosos cuyo objetivo general es el de elaborar productos o servicios para generar ingresos adicionales a través del crecimiento en venta. Este tipo de inversiones generalmente se utilizan para adquirir activos fijos que incrementan la capacidad instalada que generarán ingresos por algunos años o bien proyectos de innovación que promuevan el crecimiento de la empresa de forma paulatina. Para considerarse una inversión a largo plazo, es necesario que ocurran factores que indiquen que la empresa tiene la intención de mantenerse como propietaria de tal inversión, por un período superior a un año en un ciclo normal de operaciones.

Es el volumen de máxima capacidad de producción de bienes y/o servicios cuyo objetivo es generar ingresos adicionales a través del crecimiento en venta de acuerdo con la infraestructura disponible. Es decir, en este estudio se ha realizado un proceso de armonización de todos los equipos y se llega a una conclusión sobre la cantidad máxima en la cual se puede empezar la operatividad.

Capacidad Utilizada

La medición de la utilización de la capacidad instalada se realiza para un período de tiempo en específico pues la misma puede variar durante el día, semana, mes o año. Por lo general, se reporta el promedio de un período. Existen distintas medidas para capturar el nivel de utilización de la capacidad instalada en función de la especificación de los equipos y maquinaria, de su producción posible y del número de trabajadores integrados al proceso de producción. Más allá del método, es importante poder distinguir y separar los aumentos sostenibles en la producción de los incrementos que reflejan mayor uso.

Permite establecer el margen porcentual en el que iniciara sus operaciones la empresa puede estar está dada a su 100% o variar de acuerdo con el nivel de capacidad disponible en la empresa, es decir, ayuda a discernir disposiciones en la producción, comercialización o prestación de servicios razón de la cual desempeña su actividad económica general.

Localización del Proyecto

La localización consiste en identificar y analizar las variables (fuerzas localizaciones), con el fin de buscar la localización que otorgue la máxima ganancia o el mismo costo unitario; es el sitio óptimo donde se localizará la unidad de producción y contribuye en mayor medida a que se logre una mayor rentabilidad del proyecto. Se deben tomar en cuenta la macro localización y la micro localización (Villagrán, 2018)

Se deben considerar:

- Aspectos como la cercanía al mercado consumidor.
- Fuentes de abastecimiento.
- Disponibilidad de factores de producción.
- Aspectos legales y tributarios.

Finalmente, sea cual sea la propuesta de negocio que se tenga en mente, lo primero y más recomendable en este caso es realizar un estudio técnico que dé garantías de la factibilidad del negocio. Todos los pasos mencionados anteriormente son sólo una parte de lo que representa realizar este estudio, pero sientan las bases para establecer criterios al momento de tomar la decisión sobre en qué y cómo invertir.

Micro-Localización

En este punto apoyamos preferentemente a la representación gráfica, mapas y planos urbanísticos, se indica el lugar exacto en el cual se implementará la empresa dentro de un mercado local.

- Facilidades y costos del transporte
- Disponibilidad y costo de la mano de obra e insumos, materias primas, energía eléctrica, combustibles, agua coma etc.
- Localización del mercado.
- Disponibilidad, características topográficas y costo de los terrenos.
- Facilidades de distribución.

Macro-Localización

Tiene relación con ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local coma frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional. Para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.

- Localización urbana, suburbana o rural.
- Transporte del personal.
- Policía y bomberos.
- Costo de los terrenos / cercanía a carreteras / cercanía al aeropuerto.
- Disponibilidad de vías férreas / cercanía al centro de la ciudad.

Después de definir la localización de un proyecto, es posible:

- Estimar la demanda real del proyecto.
- Identificar y cuantificar los ingresos y los costos del proyecto.

Cuando se está a nivel de estudio de oportunidad o de prefactibilidad lo más probable es que se tengan dos o más opciones posibles de localización. En este caso, la localización más apropiada debe orientarse hacia los mismos objetivos que el tamaño óptimo, esto es hacia la máxima cuantía total de utilidades, si se trata de un inversionista privado, y hacia la obtención del costo unitario mínimo, si se considera el problema desde el punto de vista social.

Ingeniería del Proyecto

Dentro de los procesos de la administración de Proyectos existe una etapa previa al comienzo de este, y que está relacionada a la Ingeniería Civil. La tarea del Ingeniero de Proyectos radica en la planificación de los recursos necesarios para llevar a cabo proyectos industriales, de obra civil y otros de todo tipo; en los que intervienen materias primas, equipos multidisciplinarios, maquinaria, tecnología, y factores clave como la factibilidad y el estudio de mercado.

El Ingeniero de Proyectos tendrá en cuenta el medio ambiente, la documentación a presentar, los planos, las memorias descriptivas, los recursos humanos y todos los equipos de trabajo intervinientes: es una Ingeniería de detalle.

Componentes tecnológicos.

Comprende las actividades relacionadas con la incorporación de las tecnologías de la información y las comunicaciones al desarrollo de la gestión documental y la administración de archivos, de manera que se permita la articulación de los documentos electrónicos con los procesos y procedimientos administrativos.

El análisis de este componente integró los aspectos técnicos y normativos definidos por los estándares nacionales e internacionales para el uso de tecnologías relacionadas con la

administración electrónica de documento, orientada a optimizar el uso de los recursos para racionalizar, simplificar y automatizar los procesos en la entidad.

Equipos

Por ingeniería de proyectos se entiende un conglomerado de conceptos y conocimientos a partir de los cuales se definen los recursos que se van a necesitar en la ejecución de un proyecto. Para llevar a cabo los diseños e implementar las soluciones necesarias es imprescindible la figura del ingeniero.

Accesorios de Cocina

El utensilio de cocina es una herramienta que se utiliza en el ámbito culinario para la preparación de los platos, tanto en contacto directo con la comida, como una batidora o indirecta. Desde las primitivas vajillas de piedra, arcilla o madera, pasando por las metálicas de la Edad del Bronce y las de vidrio (citadas por Plinio el Viejo), hasta las modernas vajillas de porcelana vidriada, diferentes aleaciones metalúrgicas e industriales y materiales plásticos, vidrio, etc.

Proceso Productivo

El proceso productivo es el conjunto de tareas y procedimientos requeridos que realiza una empresa para efectuar la elaboración de bienes y servicios.

También puede entenderse como una serie de operaciones y procesos necesarios que se realizan de forma planificada y sucesiva para lograr la elaboración de productos.

Infraestructura Física

Al adentrarse al tema correspondiente como es la infraestructura física (Pasaca, 2017), conceptualiza:

Se relaciona exclusivamente con la parte física de la empresa, se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa. En esta parte del estudio debe siempre contar con el asesoramiento de los profesionales de la construcción; al igual que la tecnología debe guardar relación con el mercado y sus posibilidades de expansión.

Distribución de la Planta. Un estudio de la distribución de la planta debe facilitar flexibilidad y expansiones futuras, lograr eficacia en el recorrido, utilización adecuada del espacio, mejorar las condiciones de trabajo y seguridad, facilitar la supervisión y mantenimiento y lograr una armonía en la organización. (Córdoba Padilla, 2011)

Dentro de los aspectos de ingeniería de la infraestructura física del proyecto, deberá considerarse en detalle, en primer lugar, el que se refiere a las áreas o espacios donde se realizarán las obras principales y la infraestructura misma que determina todos los ambientes necesarios para cada una de las operaciones. En síntesis, representa el área correspondiente a cada uno de los ambientes que obedecen a los requerimientos técnicos que determinan magnitud, como densidad de distribución, áreas de paso, etc.

Estudio Organizacional

Este estudio tiene como propósito definir la forma de organización que requiere la unidad ejecutora del proyecto, tomando como base sus necesidades funcionales y presupuestales. Comprende el análisis del marco jurídico en el cual va a funcionar, la determinación de la estructura organizacional más adecuada a las características y necesidades del proyecto, y la descripción de los procedimientos y reglamentos que regularán las actividades durante el período de operación.

El estudio organizacional permite al inversor determinar la capacidad operativa de la empresa, a fin de determinar fortalezas, debilidades y definir la estructura óptima de la organización, se implantará acorde a los requerimientos que exija la ejecución operativa del mismo, tanto en sus etapas de inversión, operación, y mantenimiento, con la intención de desarrollar el proyecto sin contratiempos o contingencias.

Base Legal

Un proyecto puede ser técnica y económicamente viable, en muchas ocasiones a la hora de ejecutar un proyecto se debe tomar en consideración para cualquier industria o empresa a implementarse que debemos contar con los permisos de funcionamiento emitidos por la autoridad competente o reguladora. Para la puesta en marcha a un proyecto se debe cumplir con ciertas normas y requisitos; legales, técnicos y de medio ambiente indispensables para su operatividad.

Constitución de Empresas

Es importante considerar que, en nuestro país y su legislación legal vigente, permite que los emprendimientos pueden llevarse a cabo mediante la aplicación o razón social de dos figuras legales, es decir:

Como persona natural. La cual hace referencia aquellos emprendedores que ejercen derechos y contraen obligaciones por sus propios derechos, de manera más clara quiere decir que asume directa y personalmente la responsabilidad sobre las obligaciones y deudas que genere la empresa.

Obligaciones Formales del Empresario con los Entes de Control

Puesto que al adentrarse al campo de actividades económicas las empresas o entidades tienen que abordar una serie de deberes y obligaciones que se deberán ejecutar de acuerdo con la legislación vigente de nuestro país. Más allá de cumplir con las responsabilidades legales, es menester del empresario proyectar sus principios y valores éticos que le ayudan a establecer una reputación sólida y transparente de la empresa.

Es por ello por lo que con los diferentes entes de control se debe de acatar las siguientes disposiciones detalladas:

Servicio de Rentas Internas - SRI

Persona Natural hace referencia aquellos emprendedores que ejercen derechos y contraen obligaciones por sus propios derechos, de manera más clara quiere decir que asume directa y personalmente la responsabilidad sobre las obligaciones y deudas que genere la empresa.

Obligaciones.

- Anexo de Retenciones en la Fuente por Relación de dependencia.
- Anexo Transaccional simplificado.
- Impuesto a la renta.
- Declaración retenciones a la fuente
- Declaración del IVA

Obligaciones del Empresario con Personal Bajo

Relación de Dependencia Ministerio del Trabajo-MTD

La Institución rectora de políticas públicas de trabajo, empleo y del talento humano del servicio público, que regula y controla el cumplimiento a las obligaciones laborales mediante la ejecución de procesos eficaces, eficientes, transparentes y democráticos enmarcados en

modelos de gestión integral, para conseguir un sistema de trabajo digno, de calidad y solidario para tender hacia la justicia social en igualdad de oportunidades.

Obligaciones.

- Inscripción Contrato Trabajo.
- Legalización de Beneficios Sociales.
- Reglamentos de Trabajo.
- Pago de Utilidades.
- Legalización Actas de Finiquito.

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social – IESS

Se encarga de aplicar el Sistema del Seguro General Obligatorio que forma parte del sistema nacional de Seguridad Social.

Obligaciones.

- Avisos de Entrada y Salida de Personal.
- Pago de Fondos de Reserva
- Pago de Aportes Patronales
- Registro Patronal

Habilitantes para el Funcionamiento: Municipales

Licencia única de Actividades Económicas - LUAE

Autorización legal otorgada a los establecimientos turísticos, que acredita la idoneidad del servicio que ofrece y se sujeta a las normas técnicas de calidad vigentes, sin la cual no pueden operar dentro de la jurisdicción del cantón. El valor será fijado mediante la expedición de la ordenanza correspondiente, los valores podrán ser ajustados anualmente.

Patente Municipal

Documento obligatorio para ejercer permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales.

Permiso de Uso de Suelo o Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo

Documento que verifica si las actividades a realizar se encuentran permitidas en el predio a operar, de acuerdo con la ordenación territorial del cantón.

Aprobación de Planos

Trámite con el cual se autoriza la planificación de un proyecto arquitectónico, una vez que se han revisado y admitido diferentes elementos de este.

Permisos de Construcción

Documento habilitante para la construcción de edificaciones o nuevas infraestructuras en edificaciones ya establecidas.

Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

Autorización que el Cuerpo de Bomberos emite a todo local para su funcionamiento y que se enmarca en la actividad.

Estructura Organizacional

En términos generales, la estructura de una organización es el esqueleto “óseo” de ella, que permite visualizar a lo largo y a lo ancho, cómo se dividen y coordinan las distintas funciones, formalmente establecidas, de manera jerárquica.

El organigrama es la herramienta administrativa que se utiliza para su estudio, la cual refleja la representación gráfica de ella en un momento dado de su historia como organización. Además, esta “fotografía” es un valioso instrumento para sus miembros que permite conocer la ubicación funcional de cada área y agrupación de cargos, su relación jerárquica y las líneas de comunicación formal que tienen entre ellas. Por lo tanto, el organigrama cumple una función descriptiva al momento de visualizar y analizar la estructura de una organización.

En toda actividad organizada es fundamental el planteamiento una división del trabajo y una coordinación de aquellas tareas necesarias para llegar a obtener el trabajo final o producto. Todo este panorama nos lleva a distribuir, asignar y coordinar las tareas dentro de la organización.

Planificación Estratégica

Misión

(Córdoba Padilla, 2011) define a la misión de la siguiente manera: Primera formulación escrita a nivel función, sector e individual (“La misión del ingeniero en la organización”) de lo que cada subconjunto puede aportar al todo. Es el primer documento donde se empieza a plasmar la Unidad de dirección En la misión se debe considerar:

- ¿A qué negocio se dedicará?
- ¿Qué lo diferenciará de su competencia ahora y en el futuro?
- ¿Qué nivel de calidad pretende para sus productos?
- Flexibilidad del proceso productivo.
- Investigación básica, ¿sí o no?
- ¿Desarrollo de productos propios o tercerizados?
- Cada división, gerencia, planta, o individuo con su misión.

La misión permite hacer la descripción de lo que se busca hacer para satisfacer a sus clientes, haciendo la declaración pública de la razón de ser y los objetivos planteados a fin de servir como referente en la actualidad.

Visión

Es por ello por lo que (Córdoba Padilla, 2011) conceptualiza lo siguiente:

En la visión se tiene que:

- Es inherente a la alta dirección.
- Define al conjunto.
- Enfoque holístico de la empresa.
- Es la expresión formal de cómo la empresa “ve” su realidad futura en el más alto nivel.

La visión podrá responder a:

- Misión social (si la tuviera).
- Valores éticos compartidos de la organización.
- Cómo será la organización en 10 o 15 años.
- Integración vertical y extensión horizontal.

La visión es aquel objetivo o expectativa que se espera lograr a futuro, reflejando con ello las metas que se desea conseguir a largo plazo, permitiendo con ello establecer el rumbo para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento y las de competitividad.

Estructura Empresarial

(Córdoba Padilla, 2011) destaca que en toda actividad organizada se plantea una división del trabajo y una coordinación de esas tareas para llegar al trabajo final. Todo

esto nos lleva a distribuir, asignar y coordinar las tareas dentro de la organización. Existen tres formas distintas de entender la estructura administrativa:

- El conjunto de todas las formas en que se divide el trabajo en áreas distintas, consiguiendo luego la coordinación de estas.
- Patrón establecido de las relaciones entre los componentes de la organización.
- Complejo diseño de comunicaciones y demás relaciones existentes dentro de un grupo de seres humanos.

La estructura organizativa se enfoca en la división o asignación de las actividades de una empresa. En la cual dichas labores forman un conjunto para establecer áreas o departamentos, que consecutivamente estarán estableciendo autoridades que, a través de la buena organización y coordinación, buscan alcanzar determinados objetivos. (Pasaca, 2017)

Niveles Jerárquicos De La Autoridad

Conforme lo manifiesta (Pasaca, 2017) en cuanto a las definiciones de los niveles jerárquicos tenemos lo siguiente:

Nivel Ejecutivo. Este nivel está conformado por el gerente- administrador, el cual será nombrado por nivel directivo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa.

Nivel Asesor. Normalmente constituye el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial como por ejemplo las situaciones de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa con otras organizaciones o clientes.

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

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

Organigramas

El organigrama es la herramienta administrativa que se utiliza para su estudio, la cual refleja la representación gráfica de ella en un momento dado de su historia como organización. Además, esta “fotografía” es un valioso instrumento para sus miembros que permite conocer la ubicación funcional de cada área y agrupación de cargos, su


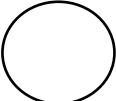
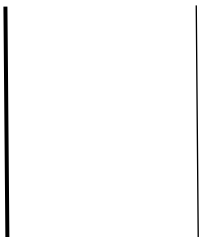

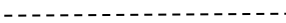
relación jerárquica y las líneas de comunicación formal que tienen entre ellas. Por lo tanto, el organigrama cumple una función descriptiva al momento de visualizar y analizar la estructura de una organización.

Tipos (Córdoba Padilla, 2011) considerando que el organigrama debe responder a las necesidades de la empresa determina los siguientes tipos de organigramas:

- **Tipo lineal**, donde la autoridad y responsabilidad viajan en forma directa, con poca nivelación entre los elementos integrantes.
- **Tipo lineal-asesor**, con la participación de expertos, carentes de autoridad directa sobre las unidades operativas de la organización.
- **Tipo matricial**, donde la matriz se compone de las áreas operativas y las que brindan apoyo común en una interrelación lineal – asesor que permite la expansión, contratación y optimización de recursos.

Tabla 1

Simbología de Organigrama

Nombre	Simbología	Significado
Rectángulo		El rectángulo es la figura geométrica más utilizada para representar los cargos de la estructura orgánica de un proyecto.
Círculo		El círculo se utiliza generalmente para indicar el número de plazas que ocupan un mismo cargo.
Línea continua vertical		La línea se utiliza para expresar la línea de mando y relaciones de autoridad entre cargos; si el cargo de menor jerarquía se conecta con una línea sólida con el cargo superior, indica que existe subordinación del inferior; y que el superior tiene autoridad para ordenar.
Línea continua horizontal		La línea lateral a la derecha se utiliza generalmente para expresa la existencia de un nivel de apoyo o de staff, como el caso de un secretaria o asistente.
Nombre	Simbología	Significado
Líneas discontinuas horizontales		Las líneas entre cortadas a la izquierda expresan la existencia de un cargo tercerizado, o externo al proyecto.

Nota. La tabla contiene la simbología y significado de cada uno de los elementos para elaborar un organigrama, por (Carrilo, 2019)

Manual de Funciones

Un manual de funciones debe contener la información clara sobre los siguientes aspectos:

- Identificación del puesto.
- Relación de dependencia (Ubicación interna)
- Dependencia jerárquica (Relaciones de autoridad)
- Naturaleza del trabajo.
- Tareas principales.
- Tareas secundarias.
- Responsabilidades.
- Requerimiento del puesto

El proporcionar toda esta información permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo. (Pasaca, 2017)

El Manual de Funciones constituye una fuente de información que revela las tareas, obligaciones y deberes que deben desarrollar y cumplir los diferentes puestos que integran la empresa, encaminados a la consecución de los objetivos planteados por la organización. El manual de funciones es un documento que detalla las funciones a cumplir por cada uno de los cargos existentes.

El manual de funciones siempre debe estar actualizado y debe socializarse en todos los empleados de la empresa a fin de que sea un instrumento que apoye a mejorar la organización interna.

Tabla 2

Modelo de Manual de Funciones

Manual de Funciones de la Empresa Comercializadora de Miel de Coco Tuquita
Identificación del Puesto
Código:
Cargo / Función:
Naturaleza del Trabajo
Funciones Esenciales Tendrá a su cargo las tareas de: <ul style="list-style-type: none">• –• –• –• –• –
Requisitos Mínimos <ul style="list-style-type: none">• –• –• –
Experiencia

Nota. El modelo de manual está distribuido con las diferentes funciones y capacidades intelectuales, consideradas en base a la visualización de modelos propuestos de diferentes autores, que enfocan al personal lo que deben desempeñar en el cargo para el cual sea contratado y con ello facilita la operatividad normal de la empresa.



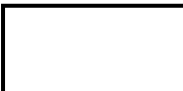



Flujograma de Procesos

Los flujogramas de procesos según (Carrilo, 2019) conceptualizan lo siguiente: El diagrama de flujos o flujograma es la representación gráfica de la secuencia de actividades o acciones rutinarias que componen un determinado proceso a partir de la utilización de distintos símbolos para representar expresas acciones u operaciones, esto es, por ejemplo, inicio / fin del proceso, decisión, conectores, traslados, entre otros.

Se llama diagrama de flujo porque se grafican símbolos conectados entre sí para indicar una secuencia de acciones. Su importancia radica en revelar gráficamente la secuencia lógica de actividades del proceso, que facilitan y permiten advertir repeticiones innecesarias, faltantes, aclarar cómo funciona el proceso y posibilitar su rediseño si fuera necesario.

Tabla 3.

Simbología Flujo de Procesos

Símbolo	Significado	Símbolo	Significado
	Terminal: indica el inicio o la terminación del flujo del proceso.		Conector de un proceso: conexión o enlace con otro proceso, en el que continúa el diagrama de flujo. (subproceso)
	Actividad: representa la actividad llevada a cabo en el proceso.		Línea de flujo: indica el sentido del flujo del proceso.
	Documento: documento utilizado en el proceso.		Multidocumento: refiere un conjunto de documentos.

Nota. La tabla contiene el significado de cada una de las figuras que reflejan un proceso indispensable para la elaboración de un flujograma.

Estudio Económico Financiero

(Pérez, 2021) es el proceso a través del que se analiza la viabilidad de un proyecto. Tomando como base los recursos económicos que tenemos disponibles y el coste total del proceso de producción. Su finalidad es permitirnos ver si el proyecto que nos interesa es viable en términos de rentabilidad económica.

Este estudio corresponde propiamente a la antepenúltima etapa correspondiente a la evaluación de un proyecto, el cual tiene como propósito determinar la información de carácter monetario que proporciona el estudio técnico, es decir, establece los valores por inversiones y financiamiento necesarios para poner en marcha el proyecto.

Inversión del Proyecto.

Al enfocarnos a la inversión de un proyecto (Córdoba Padilla, 2011) define que:

Son aquellos gastos en los que se debe incurrir para dotar de capacidad operativa al proyecto. Normalmente son los que ocurren entre el primer desembolso y la “puesta en marcha”; es decir, cuando el proyecto está en condiciones de iniciar su funcionamiento.

Son los gastos que se generan con el propósito de tener una solidez y utilidad financiera futura. Mediante una propuesta de trabajo técnica-económica misma que coadyuva a resolver una necesidad con el manejo de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Cuyos objetivos se enfocan en aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida del inversor como de la una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o largo plazo.

Inversión Fija

Según (Villagrán, 2018) define que la inversión fija es:

Se decide invertir en este tipo debido a que se utilizará para garantizar la operación del proyecto durante su vida útil; son entre otras: los bienes tangibles como terrenos para la construcción de instalaciones o explotaciones agrícolas, ganaderas o mineras; las construcciones civiles como edificios industriales o administrativos; las vías de acceso internas, bodegas, parqueaderos, cerramientos, maquinaria, equipo y herramientas; vehículos; muebles, etc. Con excepción de los terrenos, los otros activos fijos comprometidos en el proceso de producción se van depreciando conforme la ley de cada región lo indique.

La inversión fija del proyecto consiste en la adquisición de activos fijos o activos no corrientes, afines a la actividad productiva o comercial de una empresa, ya sean: instalaciones, maquinaria, edificios, local comercial, patentes, equipo de cómputo, entre otros, brindando riqueza, y con ello incorpora un valor añadido, para su inicio de operación.

Activo

(Villagrán, 2018) define que “el activo puede recibir diferentes nomenclaturas: capital económico, capital según su empleo, estructura económica, capital según su funcionamiento, actividad, etc., ya que aquel representa el capital de la empresa en sentido económico.

Activo Fijo

Los activos fijos materiales o tangibles son bienes de naturaleza corpórea, ya sean muebles o inmuebles, que se usan en la empresa durante un periodo de tiempo largo, en general superior al ejercicio económico y que contribuyen a la consecución de los objetivos que la empresa tiene marcados. Un bien en concreto sólo puede ser calificado de activo fijo o de activo circulante en razón a la función que cumple en la empresa.

Inversión en Activos Fijos

De acuerdo con (Pasaca, 2017) define de la siguiente manera los activos fijos:

Terreno. Constituye el área física o extensión de terreno que necesita la nueva unidad productiva para la construcción de la planta o nave industrial. No se deprecia.

Construcciones. se refiere a la infraestructura con que será construida la nave industrial, distinguiendo las partes correspondientes a oficinas y áreas netamente de producción. Se deprecia 5% anual.

Maquinaria y Equipo. agrupamos los valores correspondientes a las erogaciones para dotar a la planta de la tecnología necesaria para efectuar el proceso productivo. Se deprecia 10% anual.

Herramientas. agrupamos los valores correspondientes a las erogaciones para dotar de herramientas necesarias para que la tecnología y sus procesos se cumplan adecuadamente. Se deprecia 10% anual.

Equipo de Oficina. se incluyen en este rubro todos los valores correspondientes al equipo técnico que hará posible que las funciones administrativas se cumplan eficientemente. Se deprecia 10% anual.

Equipo de Cómputo. se incluyen en este rubro todos los valores correspondientes al equipo de cómputo que constituye una herramienta fundamental para las labores administrativas y contables. Se deprecia 33,33% anual.

Muebles y Enseres. comprende todos los bienes que se necesitan para la adecuación de cada una de las oficinas de acuerdo con la función para la que fueron diseñadas. Se deprecia 10% anual.

Depreciaciones.

(Carrilo, 2019) entienden que “es el desgaste o pérdida del valor de los activos fijos, a medida que transcurren los años de la vida útil del activo”.

Considerando diferentes criterios tenemos que (Pasaca, 2017), define lo siguiente:

La utilización normal de los activos durante la etapa de operación de la empresa hace que los mismo sufran desgaste o pierda vigencia y por lo mismo pierdan sus características de funcionalidad y operatividad; esto hace que deba preverse el reemplazo de estos una vez que su utilización deje de ser económicamente conveniente para los intereses de la empresa.

Depreciación Por El Método De Línea Recta. Al existir varias formas de calcular la depreciación, se debe observar que el método más utilizado en proyectos es el lineal, mediante el cual se hacen depósitos anuales iguales en el fondo para depreciación durante la vida útil del activo; sobre ello, hay que considerar los límites fijados por la ley de régimen tributario interno.

(Villagrán, 2018) argumenta que “el método de línea recta consiste en depreciar (recuperar) una cantidad igual cada año por determinado número de años, los cuales están dados por el propio porcentaje aplicado”.

Fórmula:

$$DA = \frac{CT - VR}{VU}$$

Donde:

DA= Depreciación Anual

CT= Costo Total Del Bien

VR= Valor Residual

VU= Vida Útil

Depreciación de Activos Fijos

De acuerdo con el Reglamento para la aplicación de la ley de Régimen Tributario Interno detalla:

Vida útil 20 años. Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcas y similares. Se deprecia 5% anual.

Vida útil 10 años. Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles. Se deprecia 10% anual.

Vida útil 5 años. Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil. Se deprecia 20% anual.

Vida útil 3 años. Equipos de cómputo y software. Se deprecia 33,33% anual.

Inversión Diferida

(Villagrán, 2018), respecto a la inversión diferida argumenta:

Las inversiones diferidas son aquellas que se realizan sobre la compra de servicios o derechos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto tales como: los estudios técnicos, económicos y jurídicos; los gastos de organización; los gastos de montaje, ensayos y puesta en marcha; el pago por el uso de marcas y patentes; los gastos por capacitación y entrenamiento de personal.

Este tipo de inversión se refiere a las inversiones en bienes y servicio intangibles que son indispensables para el proyecto o empresa, pero no intervienen directamente en la producción a diferencia de las inversiones fijas, estas se encuentran sujetas a amortización y se recuperan a largo plazo, al igual que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

Activo Diferido. Esta clasificación se refiere a las erogaciones que tiene la empresa, que no se pueden considerar gastos hasta que pase el tiempo para el cual se tuvo por objetivo la inversión, por ejemplo; rentas pagadas por anticipado, primas de seguro, gastos en papelería. Como bien se indica el tiempo es factor para amortizar los valores, y dependiendo del tiempo pactado se convertirá en gasto.

Respecto al activo diferido hace alusión aquellos gastos que son necesarios para llevar a cabo la operatividad de la empresa mismo que pueden ser rubros como: estudios preliminares, pago de patentes o marcas, gastos de organización y demás que son de vital importancia en lo que respecta lo antecedente para el funcionamiento de una empresa.

En lo correspondiente a la inversión en activos diferidos de acuerdo con (Pasaca, 2017) define lo siguiente de los rubros detallados a continuación:

Estudios Preliminares. constituyen los valores a cancelar por los estudios realizados para determinar la factibilidad de la inversión.

Marcas. son las características que permiten el fácil reconocimiento de un producto, entre ellas: diseño, nombre comercial, símbolos, etc.

Patentes. son documentos que conceden a su dueño el derecho exclusivo para fabricar y vender un objeto patentado por un determinado periodo. Es un documento que otorga el gobierno a favor de los inventores para proteger sus invenciones como: maquinas, procedimientos, sustancias, etc.

Gastos de organización. constituyen los valores a cancelar por las actividades que permiten poner en óptimas condiciones la empresa para su etapa de operación.

Capital

El capital representa el conjunto de aportaciones realizadas por los propietarios, accionistas o partícipes, para financiar la actividad empresarial. Hay que tener en cuenta que las aportaciones pueden ser dinerarias y no dinerarias, es decir un socio podría aportar un bien en vez de dinero.

Capital de Trabajo

(Villagrán, 2018) desde su perspectiva dice que:

La inversión en capital de trabajo corresponde al conjunto de recursos necesarios, sobre todo en la etapa inicial del proyecto en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto, esto es: el proceso que se inicia con el primer desembolso para cancelar los insumos de la operación y finaliza cuando los insumos transformados en productos terminados son vendidos y el monto de la venta recaudado y disponible para cancelar la compra de nuevos insumos.

(Daniel Aguirre, 2022) define los siguientes rubros como se detalla a continuación:

Sueldos y salarios. Representa las obligaciones pendientes de pago al personal de la empresa por concepto de sueldos devengados mensualmente.

Servicios básicos. Registra el valor de los gastos pagados o causados por concepto de servicios básicos como son: agua potable, energía eléctrica y telefonía fijo y móvil, internet y TV cable utilizados en el desarrollo de las actividades de la empresa.

Combustibles y lubricantes. Registra el valor de los gastos pagados o causados por concepto de combustibles y lubricantes para el desarrollo de las actividades de la empresa.

Reparación y Mantenimiento. Registra el valor de los gastos pagados o causados por concepto de reparación y mantenimiento para el desarrollo de las actividades de la empresa.

Este capital está formado por recursos monetarios, es decir, es el dinero circulante que facilitara la operatividad normal de la empresa, por lo cual durante su ciclo o fase operativa en su

estimación se contempla las facilidades requeridas para la compra de materiales, fabricación y para la comercialización en cuanto competencia de mercado.

Total de Inversión

(Córdoba Padilla, 2011) destaca que: aquí se debe hacer una adecuada presentación de la información financiera teniendo en cuenta la realización de un cómputo de los costos correspondientes al capital de trabajo necesario para la instalación y operación del proyecto, la inversión fija y la inversión diferida.

Financiamiento

Según (Carrilo, 2019), define que “el financiamiento es el conjunto de medios monetarios o económicos que adquiere la empresa con la finalidad de emprender o desarrollar una actividad empresarial.

(Córdoba Padilla, 2011) determina que “la decisión de financiar el proyecto significa determinar de qué fuentes se obtendrán los fondos para cubrir la inversión inicial y, eventualmente, quién pagará costos y recibirá los beneficios del proyecto”.

El financiamiento es de vital importancia para un proyecto , emprendimiento o negocio ya que permite planificar su futuro, expandirse o mantener en marcha los mismos, al mismo tiempo forma parte de ser la clave del éxito ya que permite la asignación de los recursos económicos necesarios para la operatividad, de igual forma se debe tomar en cuenta que la financiación no supere el 50% de crédito de la inversión total, pues si bien desde un enfoque general al superar el 50% la empresa pasaría a ser de una tercera persona o si consideramos a los Bancos viendo esto no le otorgaría el crédito.

Clasificación de las fuentes de financiamiento.

Según (Villagrán, 2018) dentro de las fuentes de financiamiento las clasifica de la siguiente manera:

Fuentes internas: dinero propio, utilidades no repartidas, ventas de activos, depreciación.

Fuentes externas:

- Venta de acciones.
- Financiamiento a corto plazo: servicios de bancos y corporaciones, titularización de activos, anticipos sobre contratos.
- Financiamiento a mediano plazo: créditos de fomento, leasing, factoring, crédito internacional, proveedores.

- Financiamiento a largo plazo: créditos de largo plazo.

Cual fuere la fuente de financiamiento, se puede considerar un financiamiento del 50% del total de las inversiones a través de una negociación en cualquier entidad crediticia de la localidad.

En el desarrollo de un proyecto de inversión para la creación de una empresa sea esta natural o jurídica se debe de considerar ser financiada mediante recursos financieros propios (interno) o también con recursos externos (ajenos), cual sea el caso de financiamiento las alternativas detalladas actúan de manera positiva para la puesta en marcha u operatividad de la empresa, considerando que la financiación no debe de sobrepasar el 50% de la inversión, ya que al darse esto la empresa pasaría a ser de una tercera persona.

Pasivos

La masa patrimonial de Pasivo exigible o Pasivo en sentido estricto agrupa a aquellos elementos patrimoniales que representan deudas u obligaciones pendientes de pago. Esta masa también se conoce como Fuente de financiación ajena, puesto que representa los recursos financieros obtenidos en el exterior de la empresa y con un vencimiento conocido.

Amortizaciones. Jiménez (2018) define “las amortizaciones recogen la pérdida de valor sistemática e irreversible que sufren algunos elementos del inmovilizado como consecuencia de su participación en el proceso productivo, por el paso del tiempo o por obsolescencia”.

(Córdoba Padilla, 2011) dice que “permite establecer los momentos y el monto de los desembolsos para el pago de la obligación, de acuerdo con las condiciones establecidas en su contratación”.

Amortización por el Método Francés. El sistema de amortización francés para créditos establece que el monto de las cuotas mensuales es fijo durante todo el período definido. Esto quiere decir que el deudor pagará siempre la misma cantidad de dinero en cada cuota, hasta la cancelación final de la deuda.

La amortización por el método francés al adquirir un préstamo como fuente de financiamiento potencia al buen manejo de pago de cuotas ya que al tener una cuota fija se puede determinar el valor a pagar por concepto de obligaciones financieras, a su vez presenta al inversionista la oportunidad de poder tener un apalancamiento externo, mismo que dentro de sus tablas de amortización y con guía a tener una cuota fija para el periodo de años del crédito es conveniente el uso de la amortización por el método francés.

Tabla 4.

Tabla de Amortización del Crédito.

Sistema de Amortización Francés					
N. Pagos	Saldo Inicial	Cuota Fija	Interés	capital	Saldo Final
0					xxx
1	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
2	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
3	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
4	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
5	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
6	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
7	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
8	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
9	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
10	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
...	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx

Nota. La tabla anterior representa la amortización por el método francés el cual se caracteriza por que su cuota mensual de pago es constante hasta finalizar el pago total del crédito.

Ingresos

Jiménez (2018) considera que “los ingresos generan incrementos de los recursos económicos de la empresa como consecuencia de la venta de bienes o de la prestación de servicios que son objeto del tráfico de la empresa, así como de otros beneficios de operaciones económicas no corrientes”.

Los ingresos son los componentes positivos del resultado y podrían ser definidos como los flujos positivos de riqueza generados como consecuencia de las actividades de la empresa en un periodo determinado y que, por lo tanto, producen un incremento del patrimonio neto.

Presupuesto de ingresos.

Dentro de la literatura consultada (Villagrán, 2018) define que para la estructuración del presupuesto de ingresos se inicia de los datos obtenidos en el estudio de mercado; en donde se

establece el porcentaje de participación esperado para cada producto o servicio; que permite establecer las proyecciones esperadas por la empresa para reabastecerse de rubros económicos producto de las ventas de los bienes o servicios que oferta en el mercado.

(Vigo, 2018), dentro del análisis realizado, conceptualiza que es un instrumento que permite estimar los beneficios monetarios del proyecto a través de una aplicación de Matriz de proyección de ingresos. La cual consiste en la proyección de un escenario futuro, es decir, se puede estimar el incremento de los ingresos que puede ser efectivamente atribuido al proyecto.

En cuanto respecta a el presupuesto de ingresos es aquel que parte de las previsiones de ingresos y egresos monetarios para un cierto periodo. Su finalidad es el cálculo del dinero necesario para poner en marcha el proyecto y concretar la idea de negocio, etc. Por tanto, tenemos aquellas proyecciones de ingresos que se desea obtener en el futuro por la empresa, el cual permita tener una liquidez económica generadas producto de las ventas de los bienes o servicios que se oferta en el mercado.

Tabla 5.

Modelo de Presupuesto de Ingresos

Presupuesto de Ingresos					
	1	2	3	4	5
VENTAS					
Unidades Vendidas	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Precio de Venta	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Total, de Ventas	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Valor Residual	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Otros Ingresos	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Total, de Ingresos	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx

Nota. La tabla anterior muestra los ítems que se pueden considerar de manera general para poder desarrollar el presupuesto de ingresos.

Estados Financieros

Conociendo las políticas financieras de la empresa, a partir de la información contenida en los diferentes presupuestos y teniendo como base los estados financieros históricos (si los hay), se elabora el estado de pérdidas y ganancias, el flujo de caja y el balance general para cada uno de los períodos de vida útil del proyecto. (Córdoba Padilla, 2011)

Estado de Flujo de Efectivo Proyectado

Deberá demostrar de forma detallada y ordenada las operaciones de entrada y salida de fondos que se esperan realizar en el negocio.

Estado de Situación Financiera Proyectado

Tiene por objetivo evaluar la situación financiera del proyecto y definir los aspectos relativos a los activos corrientes y pasivos corrientes.

(Córdoba Padilla, 2011) Aunque no es un estado financiero muy relevante con respecto al cálculo de la rentabilidad, es importante considerarlo ya que en él se refleja la situación patrimonial de la empresa.

Estado de Resultados Integral Proyectado

Este estado deberá demostrar cada una de las partidas de Ingresos y Egresos que se esperan realizar durante el periodo financiero proyectado del negocio.

(Córdoba Padilla, 2011) argumenta que “mide las utilidades de la unidad de producción o de prestación de servicios durante el período proyectado”.

Tabla 6.

Estado de Flujo Proyectado

Estado de Flujo Proyectado						
Periodos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1.- FLUJO DE EFECTIVO POR ACTIVIDADES OPERATIVAS						
Ventas netas						
Presupuesto del Inventario De Materia Prima						
Presupuestos de Materiales Indirectos						
Sueldo del personal de producción						
Sueldo del personal administrativo						

Sueldo del personal de ventas						
Mantenimiento y reparaciones						
Suministros de limpieza						
Suministros de oficina						
Servicios básicos						
Publicidad						
Equipos de corta duración						
Amortización del activo diferido						
Depreciación de maquinaria y equipo						
Depreciación de muebles y enseres						
Depreciación de equipo de computo						
Intereses del préstamo bancario						
Utilidad a trabajadores 15% por pagar						
Utilidad Neta						
Amortización del activo diferido						
Depreciación de maquinaria y equipo						
Depreciación de muebles y enseres						

Depreciación de equipo de computo						
Total, Flujo de Caja						
2.- FLUJO DE EFECTIVO POR ACTIVIDADES DE INVERSION						
Activos Fijos						
Activos Diferidos						
Capital de Trabajo						
Total, Flujo de Caja de Inversión						
3.- FLUJO DE EFECTIVO POR ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO						
Capital propio						
Préstamo bancario						
Amortización del préstamo bancario						
Interés del Préstamo Bancario						
Total, Flujo de Caja de Financiamiento						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						

Nota. La tabla anterior muestra los ítems que se pueden considerar de manera general para poder desarrollar el estado de flujo proyectado.

Flujo de Caja

Existen varias formas de construir el flujo de caja de un proyecto, dependiendo de la información que se desee obtener: medir la rentabilidad del proyecto, la rentabilidad de los recursos propios invertidos en él o la capacidad de pago de un eventual préstamo para financiar

la inversión. Por ello, la estructura que deberá asumir el flujo de caja dependerá del objetivo perseguido con la evaluación.

Un flujo de caja se estructura en varias columnas que representan los momentos en que se generan los costos y beneficios de un proyecto. Cada momento refleja dos cosas: los movimientos de caja ocurridos durante un periodo, generalmente de un año, y los desembolsos que deben estar realizados para que los eventos del periodo siguiente puedan ocurrir.

Si el proyecto se evaluara en un horizonte de tiempo de 10 años, por ejemplo, se deberá construir un flujo de caja con 11 columnas, una para cada año de funcionamiento y otra, la columna 0, para reflejar todos los desembolsos previos a la puesta en marcha.

El calendario de egresos previos a la puesta en marcha corresponde a los presupuestos de todos los desembolsos que se efectúan antes del inicio de la operación que se espera realizar con la implementación del proyecto.

Para calcular el flujo de caja neto se refiere al efectivo que entra y sale de la empresa. Se calcula agregando el beneficio neto a las amortizaciones realizadas en el periodo, a través de la siguiente fórmula básica:

Flujo de caja = Beneficios netos + Amortizaciones + Provisiones + Cuentas por pagar – Cuentas por cobrar

Si el estado de flujo de efectivo es positivo, indica que los ingresos de la empresa han sido mayores que los gastos, pero si es negativo significa que ha gastado más de lo que ha ingresado.

Tabla 7.

Flujo de Caja Proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO	PERIODO DE TIEMPO ANUAL				
	1	2	3	4	5
Ingresos					
Ingresos por ventas					
Total, Ingresos					
Egresos					
Costos de operación.					
Tota, Egresos					

Utilidad bruta					
(-) 15% trabajadores					
Utilidad antes de impuestos					
(-) 25% Impuesto a la renta					
Utilidad después de impuestos					
Amrt. de Activo diferido					
Depreciaciones					
Flujo de caja económico.					

Nota. La tabla representa el modelo de flujo de caja económico con la característica que se suma los valores correspondientes a amortizaciones y depreciaciones ya que son valores que no egresan a la empresa.

Clasificación de los Costos

Costos Fijos.

Es aquel que se mantiene invariable a cualquier nivel de producción o de ventas y la característica que ayuda a su identificación es que están dados o calculados en función al tiempo.

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

Costos Variables.

Los Costos variables son aquellos que se modifican en proporción a los cambios en la base de actividad. Cuando la base de actividad es unidades producidas los Costos de materiales directos

De tal manera se considera lo que manifiesta (Pasaca, 2017) que “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.

Punto de Equilibrio Económico

En lo correspondiente al punto de equilibrio (Vigo, 2018) argumenta que:

Se llama punto de equilibrio de un proyecto al volumen productivo que corresponde a una situación en la que no se obtienen ganancias ni se incurre en pérdidas, es decir, cuando los ingresos permiten cubrir los costos.

La fórmula utilizada para determinar el punto de equilibrio se considera tres métodos de acuerdo como lo detalla (Pasaca, 2017), en el siguiente orden:

En función de las ventas

(Pasaca, 2017), dice se basa en el volumen de ventas y los ingresos monetarios que el genera; para su cálculo se aplica la siguiente fórmula:

En donde:

PE= punto de equilibrio

CF= Costo Fijo

1= Constante Matemática

CV= Costo Variable

VT=Ventas Totales (p.100)

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:

Donde:

CFT= Costo Fijo Total

VT=Ventas Totales

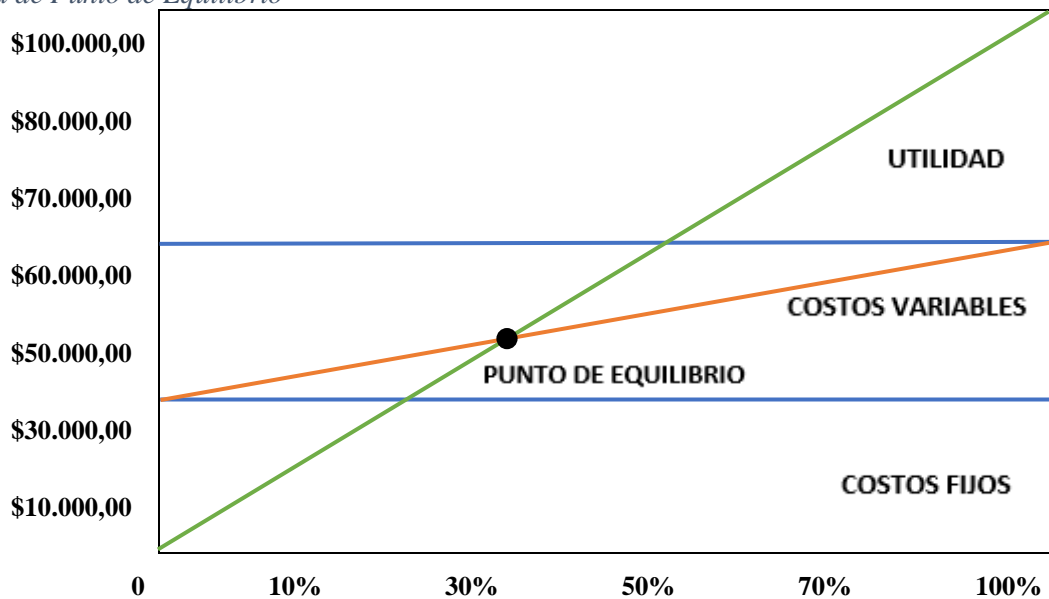
CVT= Costo Variable Total (p.100)

Representación Gráfica.

(Pasaca, 2017), dice que “consiste en representar gráficamente las curvas de costos y de ingresos dentro de un plano cartesiano”.

Figura 1

Grafica de Punto de Equilibrio



Nota. El gráfico representa los ingresos recibidos que es igual a la inversión inicial realizada denominado esto como punto de equilibrio económico. Tomado de Emprendedor Inteligente, por Reyes Emmanuel, 2021

Evaluación Financiera

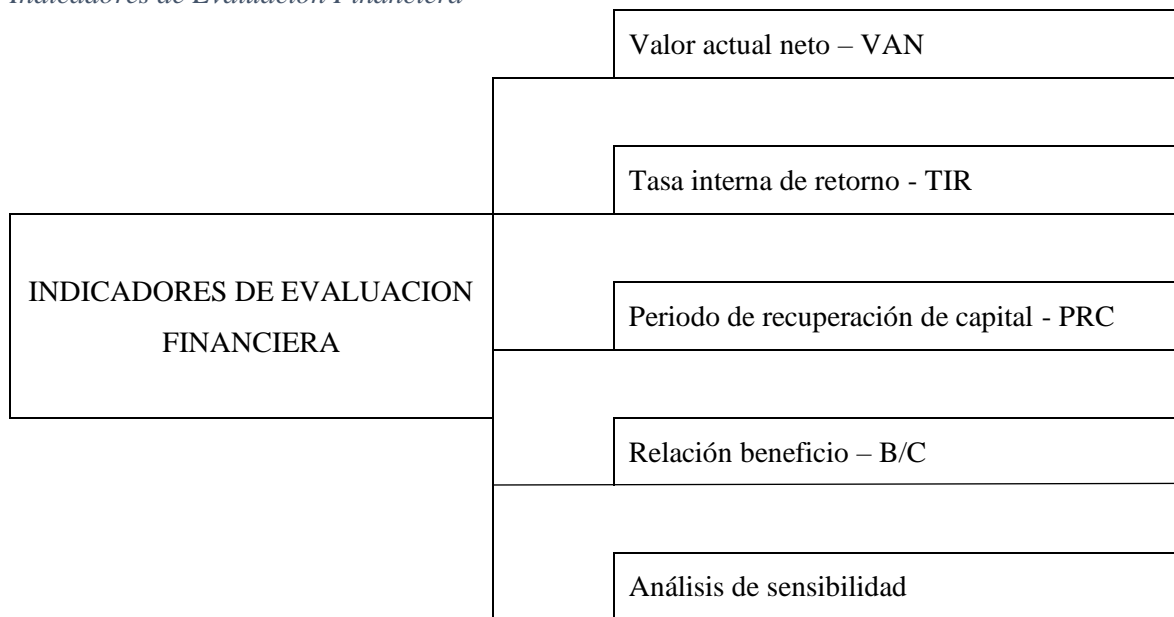
(Gómez, 2019) La evaluación financiera forma parte del proceso de toma de decisiones de una entidad, mediante la cual se realiza un análisis de sensibilidad de un determinado período de tiempo, para estudiar los costos y beneficios de los diversos proyectos y alternativas de inversión a corto plazo y largo plazo.

Se analizan los flujos de efectivo, la tasa interna de retorno, las rentabilidades y estimación de los proyectos de inversión, los activos fijos, el capital de trabajo, el costo de oportunidad, los estados financieros, el flujo de fondos, el punto de equilibrio, el costo de capital, el estado de resultados, un estudio de mercado, la mano de obra y distintos factores que son indicadores de rentabilidad.

La evaluación financiera como su nombre lo indica, busca evaluar el plan de financiamiento, una vez medido el grado en que los costos pueden ser cubiertos por los ingresos, medir el grado de rentabilidad que ofrece la inversión, manifestar la información base para la toma de decisiones sobre la inversión en el proyecto, frente a otras alternativas de inversión.

Figura 2

Indicadores de Evaluación Financiera



Nota. La gráfica detalla los indicadores de evaluación financiera que se deben considerar para determinar el grado de eficiencia, impacto y su viabilidad.

VAN: Valor actual neto

El valor actual neto es el método más conocido, mejor y más generalmente aceptado por los evaluadores de proyectos. Mide el excedente resultante después de obtener la rentabilidad deseada o exigida y después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer periodo de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento 0.

Si el resultado es mayor que 0, mostrará cuánto se gana con el proyecto, después de recuperar la inversión, por sobre la tasa de retorno que se exigía al proyecto; si el resultado es igual a 0, indica que el proyecto reporta exactamente la tasa que se quería obtener después de recuperar el capital invertido; y si el resultado es negativo, muestra el monto que falta para ganar la tasa que se deseaba obtener después de recuperada la inversión.

Cuando el VAN es negativo, el proyecto puede tener una alta rentabilidad, pero será inferior a la exigida. En algunos casos, como se explicará más adelante, el VAN negativo puede incluso indicar que, además de que no se obtiene rentabilidad, parte o toda la inversión no se recupera.

Fórmula:

$$VAN = -I_0 + \frac{Ft}{(1+k)} + \frac{F2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{Fn}{(1+k)^n}$$

Donde:

- **Ft**: son los flujos de dinero en cada periodo t
- **Ío** es la inversión realiza en el momento inicial (t = 0)
- **n**: es el número de periodos de tiempo
- **k**: es el tipo de descuento o tipo de interés exigido a la inversión

El criterio de decisión establece que:

- $VAN > 0 \rightarrow$ rentabilidad generada por el proyecto $>$ rentabilidad requerida del proyecto (tasa de descuento) \rightarrow se acepta el proyecto.
- $VAN < 0 \rightarrow$ rentabilidad generada por el proyecto $<$ rentabilidad requerida del proyecto (tasa de descuento) \rightarrow se rechaza el proyecto.
- $VAN = 0 \rightarrow$ rentabilidad generada por el proyecto = rentabilidad requerida del proyecto (tasa de descuento) \rightarrow se acepta el proyecto.

TIR: Tasa Interna de Retorno.

Un segundo criterio de evaluación lo constituye la tasa interna de retorno (TIR), que mide la rentabilidad como porcentaje. En el ejemplo anterior, cuando se exigía 10% de retorno a la inversión, el VAN mostró que el proyecto rendía eso y \$544 más. Es decir, daba al inversionista una rentabilidad superior al 10% exigido. Esto indica que se puede exigir al proyecto una ganancia superior a esa tasa. La máxima tasa exigible será aquella que haga que el VAN sea 0. Esta condición se cumple, en el ejemplo anterior, con una tasa de 11,95%, que representa la TIR del proyecto

Fórmula:

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

Donde:

- **TIR** = tasa interna de retorno.
- **Tm** = tasa menor de descuento para actualización.
- **DT** = diferencia de tasas de descuento para actualización.

- **VAN T_m** = valor actual a la tasa menor.
- **VAN T_M** = valor actual a la tasa mayor.

Si se utilizará la TIR como criterio de decisión, este criterio establece que:

- Si la TIR es mayor que la tasa de descuento ($TIR > r$), entonces el proyecto es viable ya que la rentabilidad generada es mayor que la rentabilidad requerida.
- Si la TIR es menor que la tasa de descuento ($TIR < r$), entonces el proyecto no es viable ya que la rentabilidad generada es menor que la rentabilidad requerida.
- Si la TIR es igual a la tasa de descuento ($TIR = r$), estamos en el nivel mínimo de aceptación ya que rentabilidad generada igual a rentabilidad requerida.

PRC: Período de Recuperación de Capital

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

Para determinar en cuánto tiempo se recupera la inversión, solo se debe considerar la última columna. La importancia de este indicador es que complementa la información, muchas veces oculta por el supuesto de que, si el flujo no alcanza, “se adeuda” tanto del VAN como de la TIR.

Fórmula:

$$PRC = \text{Año que cubre la inversión} - \left(\frac{\text{Inversión} - \Sigma \text{ primeros flujos}}{\text{Flujo del periodo que supera la Inversión}} \right)$$

B/C: Relación Beneficio Costo.

La relación beneficio-costos compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión. El método lleva a la misma regla de decisión del VAN, ya que cuando este es 0, la relación beneficio-costos es igual a 1. Si el VAN es mayor que 0, la relación es mayor que 1, y si el VAN es negativo, esta es menor que 1. Este método no aporta ninguna información importante que merezca ser considerada.

Fórmula:

$$\frac{B}{C} = \frac{\text{Ingreso Actualizado}}{\text{Costos Actualizados}}$$

La relación Costo Beneficio permite medir el rendimiento que se obtiene por cada cantidad monetaria invertida, permite decidir si el proyecto se acepta o no en base al siguiente criterio:

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

Análisis de Sensibilidad

Los métodos que incorporan el riesgo no son malos, sino insuficientes para agregarlos por sí solos a una evaluación. Por ello, surgen los modelos de sensibilización como una alternativa interesante de considerar para agregar información que posibilite decidir más adecuadamente respecto de una inversión.

Dos son los principales métodos de sensibilidad que, si bien en ciertos casos reemplazarán a los de riesgo, se proponen como un complemento de aquellos, siempre con la finalidad de mejorar la información que se le proporcionará al inversionista para ayudarlo en su toma de decisión. Ambos métodos muestran el grado de variabilidad que pueden exhibir o, dependiendo del modelo utilizado, resistir la proyección del flujo de caja. Esto permite identificar cuáles son las variables más críticas y los puntos más débiles sobre los que se debe concentrar la búsqueda de más información para determinar las posibilidades de que se alcancen esos puntos críticos.

El método más tradicional y común se conoce como modelo de la sensibilización de Hertz, o análisis multidimensional, el cual analiza qué pasa con el VAN cuando se modifica el valor de una o más variables que se consideran susceptibles de cambiar durante el periodo de evaluación. El procedimiento propone que se confeccionen tantos flujos de caja como posibles combinaciones se identifiquen entre las variables que componen el flujo de caja.

Fórmula:

$$\text{Análisis de sensibilidad} = \left(\frac{VANn - VaNe}{VaNe} \right) * 100$$

El criterio de decisión basado en el análisis de sensibilidad de acuerdo con (Pasaca, 2017), es el siguiente:

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

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

5. Metodología

Métodos

Para el desarrollo del Proyecto de Trabajo de Integración Curricular se empleará los siguientes métodos:

Científico

Se aplicó para la recopilación de información de la temática abordada de proyectos de inversión, lo que permitió obtener información teórica de diferentes fuentes bibliográficas como libros, textos, leyes y reglamentos, cuyas categorías y definiciones fueron analizadas, comparadas y contrastadas entre sí, con la aplicación de procedimientos lógicos y sistematizados, mediante los criterios de investigadores en temas referentes al proyecto de inversión para la creación de una empresa de miel de coco, a fin de estructurar correctamente la revisión de literatura, la misma que fue de suma importancia para la sustentación de la tesis y sirvió como guía para cumplir los objetivos planteados.

Deductivo

Este método permitió analizar toda la información que conforma la estructura legal de la empresa, permitiéndonos comprender de mejor manera la normativa legal y la determinación del tamaño de la muestra mediante datos reales que ayudó a la demanda potencial y efectiva del nuevo producto a nivel de la localidad, lo que a su vez generará conocimiento sobre aspectos específicos del proyecto como pueden ser el estudio del mercado o la evaluación financiera.

Inductivo

Este método se lo aplicó en el desarrollo de las etapas del proyecto de inversión, es decir se lo aplico en la elaboración de procesos operativos y formatos hasta concluir con la realización de la etapa de evaluación financiera, de acuerdo con el orden de los estudios que requiere la formulación y evaluación de un proyecto de inversión, lo que encaminó a la determinación de conclusiones y recomendaciones.

Analítico

Se aplicó con la finalidad de conocer a detalle los recursos que se necesita para desarrollar el proyecto, lo que facilitará la planificación y contribuirá a alcanzar los objetivos de investigación, mediante el método analítico se podrá conocer e interpretar todos los datos y resultados obtenidos de las encuestas, entrevistas e indicadores del mercado que incidirán en el desarrollo del trabajo de integración curricular.

Sintético

Permitió procesar, resumir y presentar la información recopilada del estudio del proyecto de inversión a realizarse, así mismo, los resultados fueron de gran relevancia puesto que sirvió para la estructuración de la discusión de resultados, conclusiones y recomendaciones, para una correcta toma de decisiones que conlleven a la efectividad de elaborar el proyecto de inversión para la creación de una empresa Productora y Comercializadora de miel de coco en la ciudad de Loja, provincia de Loja.

Estadístico

Permitió procesar, resumir y presentar la estructuración y análisis del estudio económico; específicamente permitió elaborar las tabulaciones de cada una de las encuestas aplicadas en la localidad objeto de estudio y ciudad de Loja, que ayudó a determinar que la ciudad de Loja es un mercado adecuado para insertar la nueva empresa de miel de coco.

Matemático

Permitió realizar los respectivos cálculos y la aplicación de las fórmulas correspondientes en la evaluación económica y financiera del proyecto para obtener resultados confiables, exactos y precios para la elaboración correcta del proyecto de inversión y que los mismos no presenten errores.

Técnicas

Encuesta

Se utilizó básicamente los datos de varias personas cuyas opiniones determinarían el éxito del proyecto. Se aplicó a una muestra determinada a partir de la población general del cantón Loja esto con la finalidad de conocer el nivel de aceptación y determinar las expectativas de los potenciales clientes. La encuesta permitirá conocer la oferta existente y determinará la demanda que tendrá el producto ofertado.

Muestra

Se lo utilizó con el fin de obtener la información que permita obtener el tamaño de la muestra, es decir, la cantidad de encuestas que serán aplicadas a la población de Loja para lo cual se utiliza las siguientes fórmulas:

Fórmula:

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

$$2. n = \frac{Z^2.P.Q}{\Sigma^2}$$

Donde:

- **n** = Tamaño de la muestra.
- **N** = Población de estudio.
- **Z** = Nivel de confianza.
- **P** = Probabilidad de éxito.
- **Q** = Probabilidad de fracaso.
- **E** = Error.

De las fórmulas indicadas la 1 se aplica cuando se conoce la población total en estudio y la 2 cuando se desconoce la población.

Población

El número de familias que habitan en la ciudad de Loja es 448.966 donde este producto es para todas las personas de la ciudad de Loja, excepto a las que padecen de diabetes, el nivel de confianza requerido es del 95%, el margen de error aceptado es del 5%, se desconoce el nivel de participación en el mercado o la probabilidad de éxito en el mismo.

Donde:

$$N = 118.532$$

$$Z = 95\% = 1.96$$

$$\Sigma = 5\% = 0.05\%$$

$$P = 75\% = 0.5$$

$$Q = 75\% = 0.5$$

Fórmula:

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

$$n = \frac{448.966(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2(448.966 * 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 383$$

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q}{\Sigma^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{3,8416(0.25)}{0.0025} = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$n = 384$$

Proyección de la oferta

Para medir la proyección de la oferta se empleará la siguiente formula:

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

Donde:

Pf = Población futura.

Po = Población inicial.

i = Tasa de crecimiento poblacional.

n = Número de periodos

Pf =?

Po =448.966

i = 1,1

n =5

Formula:

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

$$Pf = 448.966(1 + 1,1)^5$$

$$Pf = 448.966(2,1)^5$$

$$Pf = 448.966(40,84101)$$

$$Pf = 18.336.224,9$$

Tasa de crecimiento de población

$$P_t = P_0 (1 + r)^t$$

Donde:

$$P_t = 18.336.224,9$$

$$P_0 = 448.966$$

$$t = 5 \text{ años}$$

$r = ?$ tasa de crecimiento de la población total.

Formula:

$$P_t = P_0 (1 + r)^t$$

$$18.336.224,9 = 448.966 (1 + r)^5$$

$$(1 + r)^5 = 18.336.224,9 / 448.966$$

$$(1 + r)^5 = 40,84101001$$

$$1 + r = (40,84101001)^{1/5}$$

$$1 + r = 2,1$$

$$r = 2,1 - 1$$

$$r = 1,1$$

La tasa de crecimiento de la población total es de 1,1% anual.

6. Resultados

Contexto Situacional

La empresa “MIEL DE COCO TUQUITA” llevara su actividad operativa en la ciudad de Loja, en el barrio Pucachocha, de la ciudad de Loja que se encuentra atravesada por los ríos Zamora, Malacatos y Jipiro, al sur de la Región interandina del Ecuador, en la hoya del río Zamora, a una altitud de 2060 m s. n. m. y con un clima templado andino de 16,6 °C en promedio. Limita con la provincia de El Oro al noroeste; con la provincia de Zamora Chinchipe al este; con la provincia del Azuay al norte; al sur con las provincias peruanas de Sullana y Ayabaca y al oeste con las provincias de Zarumilla y Tumbes, también pertenecientes al Perú.

La población económicamente activa del cantón Loja, está dedicada mayoritariamente a la agricultura y ganadería (19%), seguida del comercio (17%) y por el grupo humano que está dedicado a la enseñanza (17%), el resto del porcentaje (30%) de la PEA está ubicado en actividades tales como construcción, administración pública, industrias manufactureras y transporte y comunicaciones". (wikipedia, wikipedia, 2019)

En la parroquia Colón Eloy se firmó el convenio “Consortio Coco Ecuador”, que establece la siembra de coco, mediante la Federación de Comunas Afrodescendientes de Esmeraldas, que agrupa a más de 90.000 personas. en 29 comunas. La intervención será en 10.000 hectáreas para cultivar 1.8 millones de plantas, con una producción anual estimada de 360 millones de cocos. La industria absorberá la materia prima para producir derivados como: leche de coco, harina de coco, agua de coco, coco peat, aceite de coco (virgen y extra virgen) y azúcar de coco. Según el último Censo Nacional Agropecuario, la provincia con mayor producción de coco es Esmeraldas, con un número de hectáreas que alcanzan el 77,26% del total nacional, seguida de Manabí con el 18,72%.

El sector donde pertenece el proyecto es el sector secundario de la economía ya que se trata de una empresa industrial orientada la producción y distribución de miel de coco.

Estudio de mercado

Mercado

El mercado al cual está dirigido estos productos las familias de la ciudad de Loja, provincia de Loja, así pues, con la información recabada del INEC sobre la población total del

cantón en el año 2010 se obtuvo un resultado de 448.966 habitantes, misma que se deberá proyectar para el año 2028 con una tasa de crecimiento del 1,1 %.

Una vez aplicada la fórmula de la proyección de la población se obtuvo como resultado que para el año 2028 la población es de 18.336.225 habitantes. Cabe recalcar que el estudio propuesto se realizó a 112.242 Familias.

Análisis de la oferta y demanda

Análisis de la demanda

En base los datos obtenidos del Censo de Población y Vivienda del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010) se obtiene que la población de la provincia de Loja es de 448.966 de los cuál es para el desarrollo de la investigación de la demanda se tomará en cuenta el número de la de familias de la ciudad.

Población de estudio

Es preciso mencionar que el estudio que se va a desarrollar constituye a las familias como fuente, conformada por una comunidad de 448.966 habitantes y según los datos del INEC en el VI Censo de población, el número de miembros por familia es de 4 personas; entonces se tiene:

Fórmula:

$$Familias = \frac{\text{Número de habitantes}}{\text{Número de miembro por familia segun el INEC}}$$

Aplicación:

$$Familias = \frac{448.966}{4}$$

$$Familias = 112.242 Familias$$

Tamaño de Muestra

Cuando se considera la población (en este caso las familias de la ciudad de Loja)

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

Dónde:

n = es el tamaño de la muestra poblacional a obtener.

N = es el tamaño de la población total.

Z = es el valor obtenido mediante niveles de confianza. Su valor es una constante, por lo general se tienen dos valores dependiendo el grado de confianza que se desee siendo 99% el valor más alto (este valor equivale a 2.58) y 95% (1.96) el valor mínimo aceptado para considerar la investigación como confiable.

P = Probabilidad de éxito 50%

Q = Probabilidad de fracaso 50%

Σ = representa el límite aceptable de error muestral, generalmente va del 1% (0.01) al 9% (0.09), siendo 5% (0.5) el valor estándar usado en las investigaciones.

Aplicación de la fórmula:

$$N = 448.966 = 112.241,5$$

$$Z = 95\% = 1.96$$

$$\Sigma = 5\% = 0.05\%$$

$$P = 50\% = 0.5$$

$$Q = 50\% = 0.5$$

$$n = \frac{112.241,5 (1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(0.05)^2 (112.241,5 * 1) + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = 383$$

Una vez realizados los cálculos pertinentes se obtuvo que la muestra en la ciudad de Loja es de 383 familias, a quienes se les realizarán la encuesta para determinar la demanda potencial, real y efectiva a ofertar.

Tabla 8

Distribución de la muestral

Parroquias urbanas	Población	% de población	La muestra	Encuestas
El Valle	30.695	18%	383	69
Sucre	69.388	41%	383	157
El Sagrario	15.162	9%	383	34
San Sebastián	55.035	32%	383	123
Total	170.280	100%		383

Nota. En la tabla anterior se muestra la distribución de la muestral obtenido de las encuestas por parroquias urbanas a ser aplicadas de la ciudad de Loja, provincia de Loja.

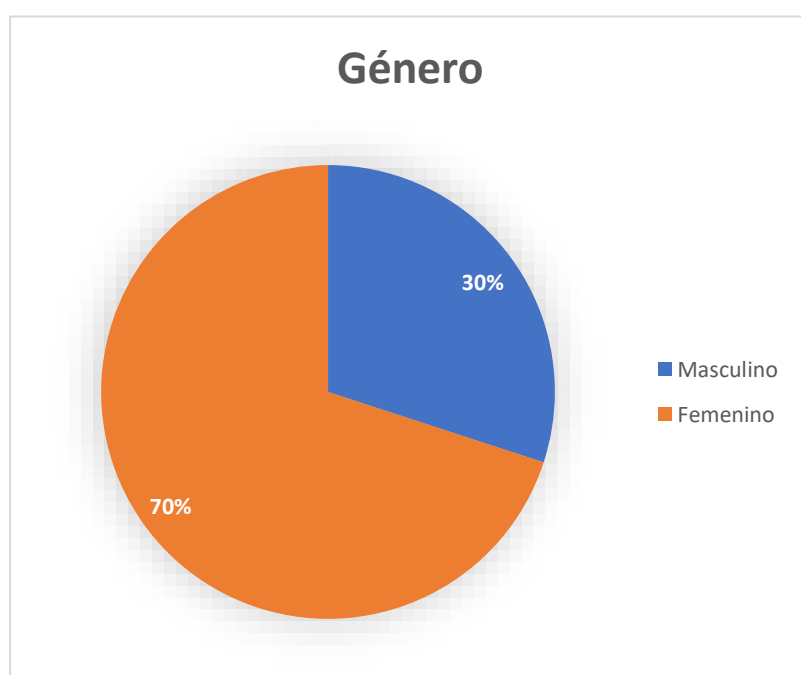
Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Loja.

Tabla 9.
Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Loja.

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	115	30%
Femenino	268	70%
Total	383	100%

Nota. Se muestra los géneros de las personas encuestadas con los porcentajes correspondientes; información tomada de la elaboración de encuestas.

Figura 3
Rango de género aplicado en la encuesta



Interpretación. Se presenta el género en el que se encuentran los encuestados a fin de determinar el género promedio que más corresponde, teniendo al género femenino con el 70 % y al masculino con un 30%.

Tabla 10
Personas que ha consumido miel de coco.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	249	65%
No	134	35%
Total	383	100%

Nota. Se muestran el sí o no de las personas que adquieren la miel de coco, con sus respectivos porcentajes.

Figura 4
Encuestas de las personas que adquieren la miel de coco.



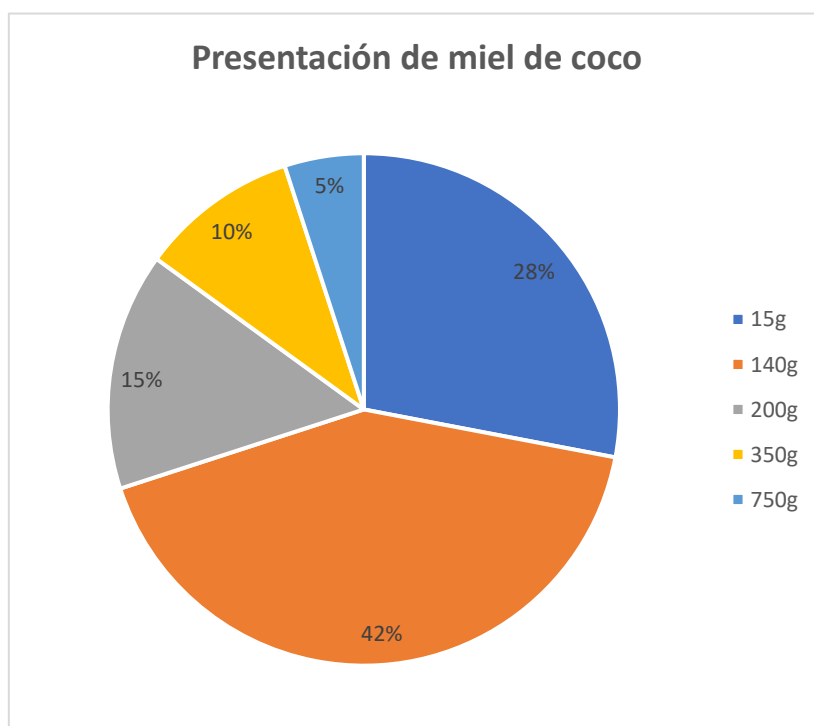
Interpretación. Se presenta el total de las personas que adquieren la miel de coco teniendo como primordial el si con un 65% y el no con un 35%.

Tabla 11
Presentaciones que adquieren actualmente la miel de coco.

Cantidad	Presentación en g	Frecuencia	Porcentaje
15	g	70	28%
140	g	105	42%
200	g	37	15%
350	g	25	10%
750	g	12	5%
Total		249	100%

Nota. En la tabla anterior se muestra las presentaciones obtenidas en las encuestas con sus respectivos porcentajes.

Figura 5
Presentaciones de miel de coco.



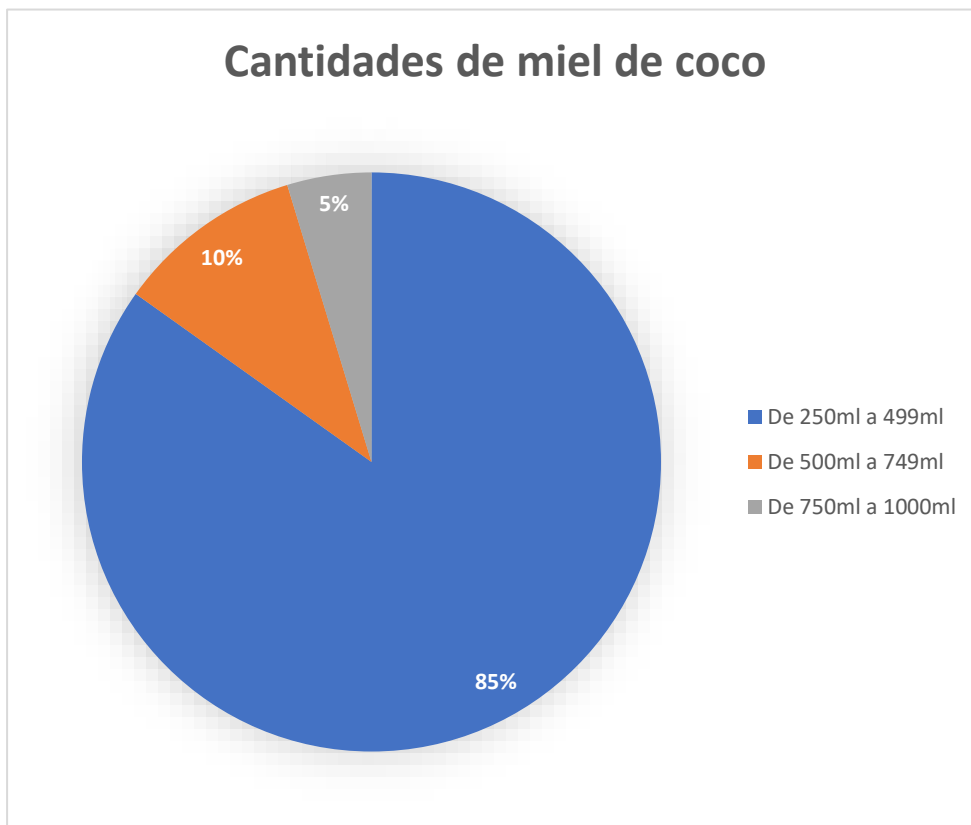
Interpretación. Se muestra el total de las presentaciones de la miel de coco tomadas de la encuesta, teniendo el de 140 g con un 43%, luego el de 15 g con un 28%, el de 200 g con un 15%, el de 350 g con un 10% y como final el de 750 g con un 4%.

Tabla 12.
Cantidades de miel de coco que consume mensualmente.

Cantidades	Presentación en ml	Frecuencia	Porcentaje
De 250 a 499	ml	212	85%
De 500 a 749	ml	25	10%
De 750 a 1000	ml	12	5%
Total		249	100%

Nota. En la tabla anterior se muestra las cantidades obtenidas de miel de coco, tomadas de las encuestas aplicadas.

Figura 6.
Cantidades de miel de coco.



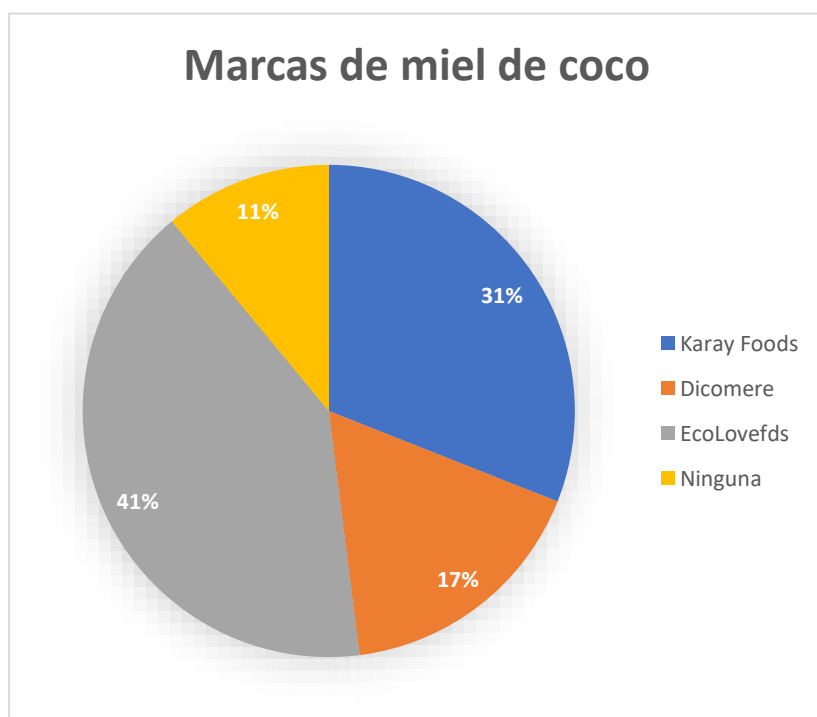
Interpretación. Se muestra el total de las cantidades de miel de coco que se obtuvo en las encuestas, donde se encontró la cantidad de 250 ml a 499 ml con un 85%, luego tenemos de 500 ml a 749 ml con un 10% y como final se obtuvo de 750 ml a 1000 ml con un 5%.

Tabla 13
Marcas de miel de coco actualmente usted consume.

Marcas	Frecuencia	Porcentajes
Karay Foods	78	31%
Dicomere	42	17%
EcoLovefds	102	41%
Ninguna	27	11%
Total	249	100%

Nota. En la tabla anterior se muestra los resultados de las marcas obtenidos en la encuesta aplicada.

Figura 7.
Marcas de miel de coco que conocen los ciudadanos



Interpretación. Se muestra el total de las marcas de miel de coco obtenidas de la encuesta aplicada donde se encontró a la marca EcoLovefds con un 41%, luego a Karay Foods con un 31%, después está Dicomere con un 17% y como final a Ninguna marca con el 11%.

Tabla 14
Precio del producto de miel de coco

Cantidad	Precio del producto	Presentación en ml	Frecuencia	Porcentaje
250	\$1,50	ml	195	78%
250	\$2,50	ml	27	11%
250	\$3,50	ml	27	11%
Total			249	100%

Cantidad	Precio del producto	Presentación en ml	Frecuencia	Porcentaje
500	\$2,50	ml	125	50%
500	\$3,50	ml	62	25%
500	\$4,50	ml	62	25%
Total			249	100%

Cantidad	Precio del producto	Presentación en ml	Frecuencia	Porcentaje
750	\$3,50	ml	99	40%
750	\$4,50	ml	75	30%
750	\$5,00	ml	75	30%
Total			249	100%

Cantidad	Precio del producto	Presentación en ml	Frecuencia	Porcentaje
1000	\$4,50	ml	99	40%
1000	\$5,50	ml	55	22%
1000	\$6,00	ml	95	38%
Total			249	100%

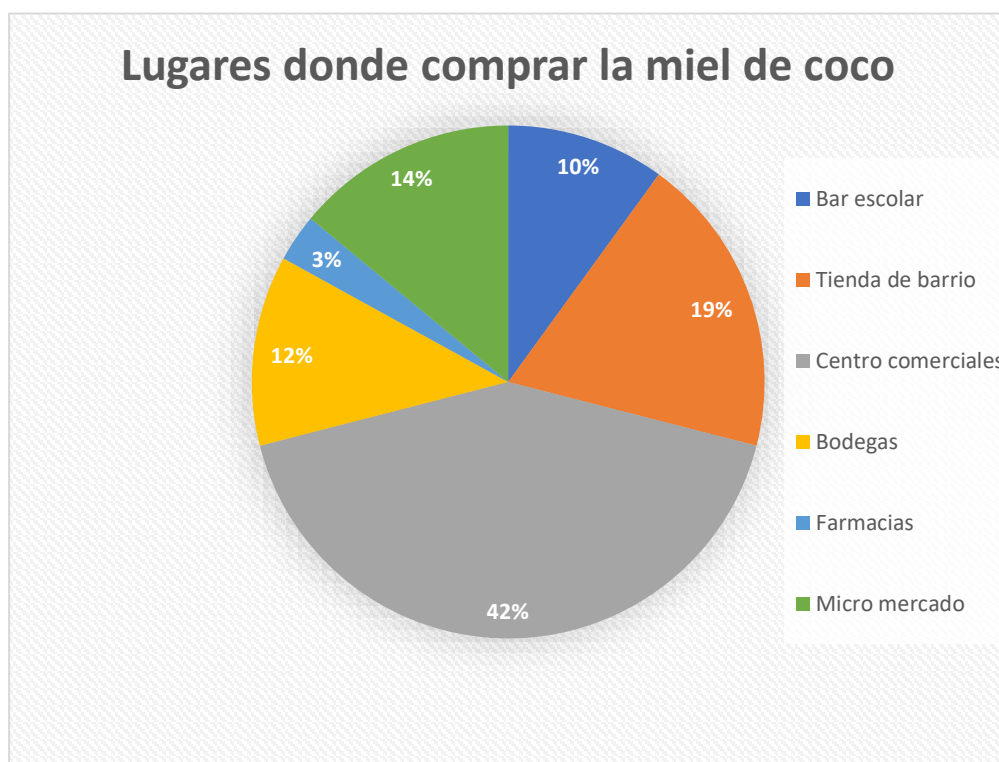
Nota. En las tablas anterior se muestra los resultados de los precios obtenidos en la encuesta aplicada.

Tabla 15
Lugares donde adquiere la miel de coco.

Lugares donde adquirir el producto	Frecuencia	Porcentaje
Bar escolar	25	10%
Tienda de barrio	47	19%
Centros comerciales	105	42%
Bodegas	30	12%
Farmacias	7	3%
Micro mercado	35	14%
Total	249	100%

Nota. En la tabla anterior se muestra los lugares donde comprar la miel de coco, tomado de su respectiva encuesta.

Figura 8.
Lugares donde comprar la miel de coco.



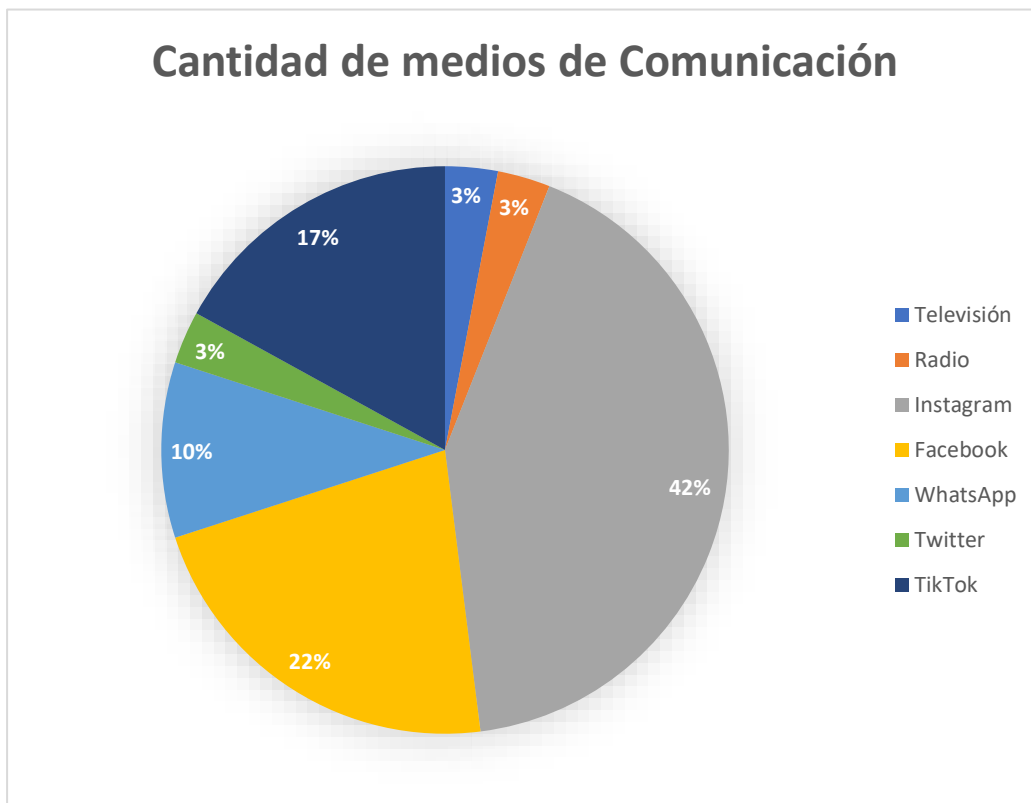
Interpretación. Se muestra el total de los lugares obtenidos en las encuestas donde se encontró como primer lugar lo que es centro comercial con un 42%, luego está la tienda de barrio con un 19%, también está el micro mercado con un 14%, bodegas esta con el 12%, mientras el bar escolar se encuentra con el 10% y como último se encontró las farmacias con el 3%.

Tabla 16
Fuentes de comunicación que más utiliza o frecuenta.

Medios de Comunicación	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	7	3%
Radio	7	3%
Instagram	105	42%
Facebook	55	22%
WhatsApp	25	10%
Twitter	7	3%
TikTok	43	17%
Total	249	100%

Nota. En la tabla anterior se muestra los datos de los medios de comunicación obtenidos en la encuesta aplicada.

Figura 9.
Cantidad de medios de comunicación.



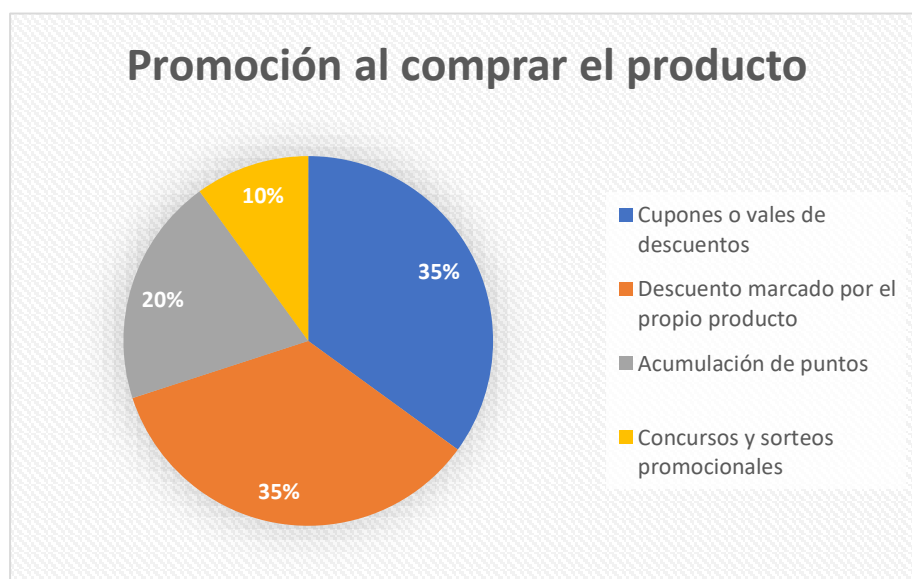
Interpretación. Se muestra el total de los medios de comunicación en la encuesta donde se encontró los siguientes resultados, Instagram con el 42%, luego esta Facebook con el 22%, también esta TikTok con el 17%, esta WhatsApp con el 10% y al final lo que es Twitter, Televisión y Radio con el 3% obtenido.

Tabla 17
Oferta o promoción al comprar el producto de miel de coco.

Promoción al comprar el producto	Frecuencia	Porcentaje
Cupones o vales de descuentos	87	35%
Descuento marcado por el propio producto	87	35%
Acumulación de puntos	50	20%
Concursos y sorteos promocionales	25	10%
Total	249	100%

Nota. La tabla anteriormente muestra los datos obtenidos de las encuestas las promociones con su respectivo porcentaje.

Figura 10.
Oferta o promoción al comprar el producto.



Interpretación. Se muestra los datos obtenidos de las encuestas de las promociones, el cual se encontró descuento marcado por el propio producto con el 35%, cupos o vales de descuento con el 35%, también está acumulación de puntos con el 20% y por final se obtuvo concursos y sorteos promocionales con el 10%.

Tabla 18
Actividades económicas que se dedica frecuentemente.

Actividades Económicas	Frecuencia	Porcentajes
Directores y gerentes.	7	3%
Profesionales científicos e intelectuales.	57	23%
Técnicos y profesionales del nivel medio.	50	20%
Personal de apoyo administrativo.	45	18%
Trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados.	40	16%
Agricultores y trabajadores calificados agropecuarios, forestales y pesqueros.	25	10%
Oficiales, operarios y artesanos de artes mecánicas y de otros oficios.	15	6%
Operadores de instalaciones y máquinas y ensambladores.	5	2%
Ocupaciones elementales o ocupaciones militares.	5	2%
Total	249	100%

Nota. En la tabla anterior mostramos las actividades económicas que se tomaron en cuenta bajo los datos de la INEC.

Figura 11.
Actividades económicas que se dedican



Interpretación. Se muestran los datos de las actividades económicas obtenidos de la encuesta donde nos fijamos que la actividad económica más frecuente es la de profesionales científicos e intelectuales con un 23%, luego esta técnicos y profesionales del nivel medio con un 20%, seguidamente está personal de apoyo administrativo con 18%, está trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados con 16%, luego se encontró con agricultores y trabajadores calificados agropecuarios, forestales y pesqueros 10%, tenemos oficiales, operarios y artesanos de artes mecánicas y de otros oficios con un 6%, luego está a directores y gerentes con un 3% y como final se obtuvo con el mismo porcentaje a los operadores de instalaciones y máquinas y ensambladores y ocupaciones elementales u ocupaciones militares ambos con un 2%.

Tabla 19

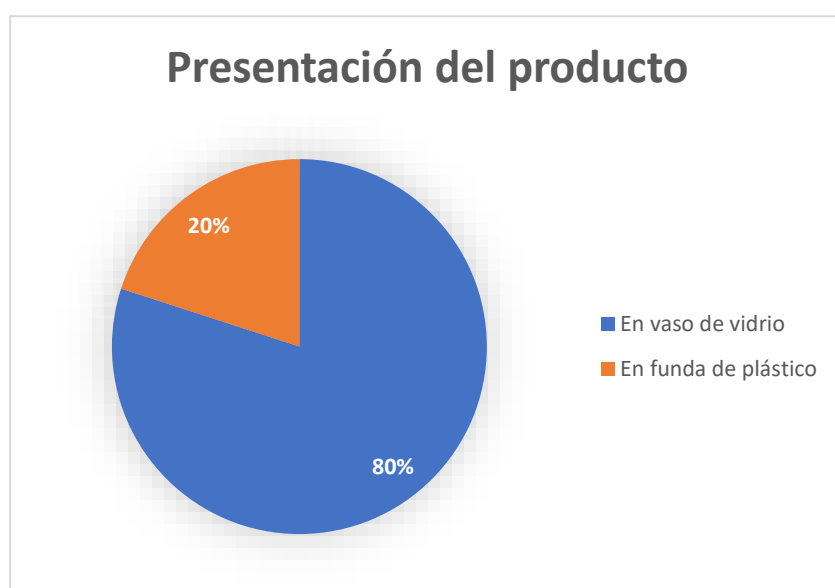
Presentaciones del producto de miel de coco.

Presentación del producto	Frecuencia	Porcentaje
En vaso de vidrio	200	80%
En funda de plástico	49	20%
Total	249	100%

Nota. En la tabla anterior se muestra los datos obtenidos en las encuestas de las presentaciones del producto.

Figura 12.

Presentaciones del producto



Interpretación. Se muestran los datos de las presentaciones, obtenidos de las encuestas donde se obtuvo una mayor tasa de interés en lo que viene hacer en vaso de vidrio con un 80% y en funda de plástico con un 20%.

Tabla 20

Disponibilidad de la miel de coco

Empresa dedicada a la producción y comercialización	Frecuencia	Porcentaje
Si	242	97%
No	7	3%
Total	249	100%

Nota. En la tabla anterior se muestra los datos obtenidos en la encuesta si se implementa una empresa dedicada a la producción y comercialización de miel de coco.

Figura 13.
Disponibilidad de la miel de coco



Interpretación. Se muestran los datos obtenidos de las encuestas donde preguntamos a los ciudadanos si se implementa una empresa dedicada a la producción y comercialización de miel de coco ellos estarían dispuestos a adquirirla a la misma donde la mayoría contestó con un sí con un 97% y la otra parte nos contestó no con un 3%.

Análisis de la demanda

El análisis de la demanda es el proceso de entender la demanda de los consumidores hacia un producto o servicio en un mercado objetivo, permite conocer información trascendental a la hora de crear una empresa. Las técnicas de análisis se utilizan para abrir camino a un mercado exitosamente y generar los resultados esperados. Para la realización del presente estudio se realizaron 383 encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja de las cuales solo 249 familias deciden adquirir el producto.

Consumo Promedio Anual

El consumo promedio es una referencia con la que se puede comparar el gasto de miel de coco actual con la que se ha venido consumiendo y se determina si la demanda actual es mayor, menor o similar. Para el cálculo del consumo promedio anual nos basamos en la pregunta número dos de la encuesta aplicada a la ciudadanía de Loja, la cual hace referencia a las unidades que vende mensualmente en cada una de las presentaciones de miel de coco, la siguiente tabla muestra los cálculos correspondidos.

Tabla 21.

Punto medio por presentación

Cantidades en ml	Descripción	Punto medio
De 250 ml a 499 ml	250 + 499 / 2	375
De 500 ml a 749 ml	500 + 749 / 2	625
De 750 ml a 1000 ml	750 + 1000 / 2	875
TOTAL		1.875

Nota. De la tabla anterior mostramos el total que se obtuvo en el punto medio, tomando las cantidades de presentación de miel de coco

Tabla 22

Consumo anual

Punto medio	Frecuencia	Consumo mensual	Consumo anual
375	212	79.500	954.000
625	25	15.625	187.500
875	12	10.500	126.000
Total	249		1.267.500

Consumo promedio por familias

Para calcular el consumo promedio general se aplicó la media ponderada:

$$X = \frac{\sum f(X_m)}{f}$$

$$X = \frac{\text{Consumo anual}}{\text{Frecuencia}}$$

$$X = \frac{1.267.500}{249}$$

$$X = 5.090 \text{ ml}$$

El consumo promedio de miel de coco por familia es de 5.090 miligramos anuales.

Demanda Potencial

La demanda potencial es toda la miel de coco que se podría vender en un futuro en la ciudad de Loja, en base en esta información, la empresa debe preparar los recursos necesarios para cumplir con los requisitos.

Proyección de la Demanda Potencial

Para el cálculo de la demanda potencial se tomará en cuenta la totalidad de las familias de la ciudad de Loja, multiplicado por el 100% de aceptación, además de la tasa de crecimiento de población de la ciudad de Loja, que es de 1,1% según el INEC 2010. En tanto al cálculo de la demanda potencial anual en milímetros de miel de coco se empleará el consumo promedio anual en la ciudad de Loja, calculado anteriormente.

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

Donde:

Pf = Población futura.

Po = Población inicial.

i = Tasa de crecimiento poblacional.

n = Número de periodos

Tabla 23.

Proyección de la Demanda Potencial por Familias

Periodo	Población por familias	Demandantes Potenciales	Consumo Promedio Anual	CANTIDAD Demanda Potencial
0	112.242	112.242	5.090 ml.	571.311.780 ml.
1	113.477	113.477	5.090 ml	577.597.930 ml.
2	114.725	114.725	5.090 ml	583.950.250 ml.
3	115.987	115.987	5.090 ml	590.373.830 ml.
4	117.263	117.263	5.090 ml	596.868.670 ml.
5	118.553	118.553	5.090 ml	603.434.770 ml.

Nota. La tabla detalla la proyección de la demanda potencial por familia para los 5 periodos de vida del proyecto tomando en cuenta el 100% de consumo de miel de coco en la ciudad de Loja.

Demanda Real

Para realizar el cálculo de la demanda real se emplea la quinta pregunta de la encuesta aplicada, de acuerdo con si ¿El precio que vende mensualmente el producto de miel de coco? Para su cálculo se multiplica la demanda potencial por el porcentaje de aceptación (65%) de la pregunta mencionada con anterioridad.

Tabla 24
Proyección de la Demanda Real por Familias.

Periodo	Demandantes Potenciales	% DEMANDA REAL	Demandantes Reales	Consumo Promedio	Demanda Real
0	112.242	65%	72.957	5.090 ml.	371.351.130 ml.
1	113.477	65%	73.760	5.090 ml.	375.438.400 ml.
2	114.725	65%	74.571	5.090 ml.	379.566.390 ml.
3	115.987	65%	75.392	5.090 ml.	383.745.280 ml.
4	117.263	65%	76.221	5.090 ml.	387.964.890 ml.
5	118.553	65%	77.059	5.090 ml.	392.230.310 ml.

Nota. La tabla indica la proyección de la demanda real por familias para los siguientes 5 años de vida del proyecto datos tomados de la tabla 23.

Demanda Efectiva

Para el cálculo de la demanda efectiva se toma en cuenta la pregunta número diez de la encuesta aplicada a la muestra objeto de estudio, de acuerdo con si se implementa una empresa comercializadora y productora de miel de coco en la ciudad de Loja, ¿En qué tipo de base se vende su producto de miel de coco? Para su cálculo se multiplica la demanda real de la tabla anterior por el porcentaje de aceptación de la pregunta en cuestión todos los títulos.

Tabla 25
Proyección de la Demanda Efectiva por Familia.

Periodo	Demandantes Reales	% Aceptación de la empresa	Demandantes Efectivos	Consumo Promedio	Demanda Efectiva por Familias en ml
0	72.957	65%	47.422	5.090 ml.	241.377.980 ml.
1	73.760	65%	47.944	5.090 ml.	244.034.960 ml.
2	74.571	65%	48.471	5.090 ml.	246.717.390 ml.
3	75.392	65%	49.005	5.090 ml.	249.435.450 ml.
4	76.221	65%	49.544	5.090 ml.	252.178.960 ml.
5	77.059	65%	50.088	5.090 ml.	254.947.920 ml.

Nota. La tabla indica la proyección de la demanda efectiva por familias para los siguientes 5 años de vida del proyecto datos tomados de la tabla 24.

Oferta

Es considerada como la cantidad de bienes que una empresa o negocio pone a disposición para la venta en un mercado, para realizar la proyección de la oferta es necesario tomar en cuenta la tasa de crecimiento de la población de la ciudad de Loja, que como os he mencionado con anterioridad según el censo de población del INEC 2010 es de 1,1%.

Análisis de la oferta

En este punto es de vital importancia el indagar sobre la situación de los oferentes de productos similares a los del proyecto ya que estos constituyen la competencia, por tanto, es fundamental conocer aspectos tales como: su capacidad instalada, su tecnología, sus productos en sí, etc., a fin de establecer una ventaja sobre las condiciones y cantidades de los productos que prevé ofertar la nueva empresa en el mercado.

La oferta del presente proyecto está dada en la pregunta que se formuló en las encuestas aplicadas a la muestra objeto de estudio, que puntualiza lo siguiente ¿Sus proveedores son Locales, Nacionales e Internacionales?

El porcentaje obtenido fue del 65% de proveedores nacionales que representa la oferta para este proyecto en desarrollo, con respecto al mercado objetivo se utilizará la proyección de la demanda efectiva dada en la tabla 19 y se determinará empleando siguiente formula:

$$OFERTA = Mercado Objetivo \times Porcentaje de aceptación$$

Los resultados obtenidos indican que el tipo de oferta que sobresale en la ciudad de Loja, provincia de Loja de acuerdo con los productos ofertados es Oligopólica, ya que el mercado se encuentra dominado por unos pocos comercializadores que imponen sus condiciones de venta a los consumidores.

Tabla 26
Presentación de las unidades

Unidades	Presentación de 250 ml	Frecuencia	Punto medio	Cantidad Promedio
250 ml	1 – 25	5	15	75
	25 – 50	10	35	350
	50 – 70	20	55	1.100
	70 – 90	15	80	95
	Total		50	

Cantidad	MILIGRAMOS	TOTAL
1.620	250	405.000

Tabla 27

Presentación de las unidades

Unidades	Presentación de 500 ml	Frecuencia	Punto medio	Cantidad Promedio
500 ml	1 - 15	10	8	80
	15 - 20	10	17	170
	20 - 30	25	25	625
	30 - 45	5	40	200
	Total	50		1.075

Cantidad	MILIGRAMOS	TOTAL
1.075	500	537.500

Tabla 28

Presentación de las unidades

Unidades	Presentación de 750 ml	Frecuencia	Punto medio	Cantidad Promedio
750 ml	1 - 50	20	25	500
	50 - 100	10	75	750
	100 - 150	15	125	1.875
	150 - 200	5	175	875
	Total	50		4.000

Cantidad	MILIGRAMOS	TOTAL
4.000	750	3.000.000

Tabla 29

Presentación de las unidades

Unidades	Presentación de 1000 ml	Frecuencia	Punto medio	Cantidad Promedio
1000 ml	1 - 75	15	38	570
	75 - 150	15	112	1.680
	150 - 225	5	187	935
	225 - 300	15	262	3.930
	Total	50		7.115

Cantidad	MILIGRAMOS	TOTAL, MILIGRAMOS
7.115	1.000	7.115.000

Nota. Se realizaron 50 encuestas a cada una de las 4 unidades de presentación de las cuales se aplicó en farmacias, bodegas, mercados y tiendas.

Tabla 30

Oferta Mensual por tipo de envase en miligramos

Cantidad	MILIGRAMOS	TOTAL, MILIGRAMOS
1.620	250	405.000
1.075	500	537.500
4.000	750	3.000.000
7.115	1.000	7.115.000
Total		11.057.500

Nota. Se obtuvo el total en miligramos de las 4 unidades de presentación.

Tabla 31

Oferta anual en miligramos.

TOTAL, MILIGRAMOS	MESES DEL AÑO	TOTAL
11.057.500	12	132.690.000

Nota. Se obtuvo la oferta anual en miligramos.

$$Pf = Po (1 + i)^n (10\%)$$

Donde:

Pf = Población futura.

Po = Población inicial.

i = Tasa de crecimiento poblacional.

n = Número de periodos

Tabla 32

Oferta proyectada

Periodo	Oferta	Demanda Efectiva por Familias en ml
0	132.690.000	241.377.980 ml.
1	145.959.000	244.034.960 ml.
2	160.554.900	246.717.390 ml.
3	176.610.390	249.435.450 ml.

4	194.271.429	252.178.960 ml.
5	213.698.572	254.947.920 ml.

Nota. Encuesta 50, entre farmacias, supermercados, bodegas, tiendas.

Demanda Insatisfecha

La constituyen la cantidad de productos que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad. El cálculo de la demanda insatisfecha se desarrolla con la siguiente formula:

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

Tabla 33
Cálculo de la Demanda Insatisfecha

Periodo	Demanda Efectiva en ml	Oferta	Demanda Insatisfecha
0	241.377.980 ml.	132.690.000	108.687.980
1	244.034.960 ml.	145.959.000	98.075.960
2	246.717.390 ml.	160.554.900	86.162.490
3	249.435.450 ml.	176.610.390	72.825.060
4	252.178.960 ml.	194.271.429	57.907.531
5	254.947.920 ml.	213.698.572	41.249.348

Nota. Sé indica la proyección de la demanda insatisfecha del mercado establecida para los 5 periodos de vida del proyecto, datos tomados de la tabla 25 y 32.

Demanda insatisfecha en unidades.

Demanda insatisfecha en unidades debe entenderse como la cantidad de un bien o servicio que es probable que consuma el mercado en los próximos años, de las cuales se ha elegido que se va a vender la de 750 ml ya que se obtuvo mayor demanda. Para la cual vamos a utilizar la siguiente formula:

$$\text{Demanda insatisfecha en miligramos} / \text{Cantidad por unidad en ml}$$

Tabla 34
Cálculo de la Demanda Insatisfecha en unidades

Demanda Insatisfecha en ml	Cantidad por unidades en ml	Demanda Insatisfecha en unidades
108.687.980	750 ml	144.917
98.075.960	750 ml	130.768

86.162.490	750 ml	114.883
72.825.060	750 ml	97.100
57.907.531	750 ml	77.210
41.249.348	750 ml	57.999

Nota. Se calculo la demanda insatisfecha en unidades haciendo una división con los datos obtenidos de la tabla 33

Plan Comercial

El plan comercial es un documento detallado que describe los planes futuros de una empresa. Qué productos quieres vender, qué servicios quieres ofrecer, qué mercados quieres conquistar, qué tipo de clientes te interesan y otros objetivos estratégicos. Una buena estrategia de comercialización siempre tendrá como resultado el mejor posicionamiento del producto dentro del mercado. El cual el producto de miel de coco que se va a vender es de 750 ml ya que tiene mayor demanda en el mercado, tendrá su respectiva presentación en vaso de vidrio ya que al momento que se aplicó la encuesta fue la que la gente prefirió más, el producto tendrá su respectiva presentación con su propio logo que es “MIEL DE COCO TUQUITA”.

Descripción de la empresa

Imagen 2.
Logo




Nota. En la figura se muestra el logo de la empresa

Producto

Dentro de la línea comercial que se pretende promover el producto de miel de coco, como se detalla a continuación:

Tabla 35
Productos para la venta

Imagen	Producto	Descripción
	Miel de Coco	La miel de coco es un producto natural, elaborado con agua, canela en polvo, leche, coco rallado y leche condensada.

Nota. Se muestran el producto que tendrá el negocio para la venta al público.

Plaza

La empresa “MIEL DE COCO TUQUITA”, ofrecerá sus productos en el barrio Pucacocha, parroquia El Valle del cantón Loja, provincia de Loja; a lado de la farmacia Cuxibamba que se estableció por su gran afluencia comercial y su fácil acceso. En el cual el producto se va a producir en su local y también se venderá de forma física en el local.

Precio

El precio que se ofrecerá a los consumidores para el producto de miel de coco de 750 ml es de \$3,50 ya que en las encuestas aplicadas tuvo una frecuencia de 99 de 249 encuestas aplicadas con un 40% obtenido y que a su vez este precio cubre con todos los costos administrativos, operativos, financieros, etc.

Publicidad

La empresa “MIEL DE COCO TUQUITA”, utilizará los siguientes medios de comunicación como parte de su estrategia publicitaria.

- Redes Sociales: Facebook, Instagram y WhatsApp. Su manejo estará a cargo del Administrador, cabe recalcar que este tipo de publicidad estará publicado de forma permanente en la cuenta creada para cada red social.

Facebook. La publicidad que se llevará a cabo a través de la red social Facebook inicia con la apertura de una cuenta a nombre de la empresa “LAS DELICIAS DE TUQUITA”, para

luego mediante las herramientas publicitarias que Facebook brinda realizar publicaciones; como se muestra a continuación.

Imagen 3
Modelo Publicitario en Facebook



Nota. La figura que antecede muestra el modelo publicitario que se realizará a través de facebook.

Instagram. La publicidad que se llevará a cabo a través de la red social Instagram inicia con la apertura de una cuenta a nombre de la empresa “MIEL DE COCO TUQUITA”, luego se realizaría las respectivas publicaciones en formato de publicidad; como se muestra a continuación.

Imagen 4
Modelo Publicitario en Instagram



Nota. La figura que antecede muestra el modelo publicitario que se realizará a través de Instagram.

WhatsApp. La publicidad que se llevará a cabo a través de la red social WhatsApp inicia con la apertura de una cuenta a nombre de la empresa “MIEL DE COCO TUQUITA”, posteriormente se configura la cuenta como empresa para de esta forma agregar el catálogo de productos, horario comercial, dirección y sitio web; con ello se podrá divulgar una publicidad de calidad y obtener el mayor alcance geográfico posible.

Imagen 5
Modelo Publicitario en WhatsApp



Nota. La figura que antecede muestra el modelo publicitario que se realizará a través de WhatsApp.

- Folletos o volantes: Este medio se utilizará para anunciar a la población de la ciudad del producto de miel de coco que busca ofertar la empresa; el modelo se detalla de la siguiente manera.

Imagen 6

Modelo Publicitario en Volantes



Nota. La figura muestra el modelo publicitario que se realizará a través de Volantes.

Estudio Técnico

En el estudio técnico de un proyecto de factibilidad se deberán proponer las herramientas necesarias que tienen que ver con la ingeniería básica del producto que se pretende comercializar, para ello se determinará toda la estructura de la empresa, tanto física como administrativa, a fin de alcanzar la optimización de las diferentes áreas y actividades y por ende la operatividad del negocio.

Tamaño del Proyecto


Para definir el tamaño óptimo de la planta es necesario conocer con precisión los procesos de comercialización que se llevará a cabo y la tecnología empleada, por ello se debe

abordar los siguientes componentes que hacen parte del tamaño óptimo de la planta: capacidad instalada y capacidad utilizada.

Capacidad Instalada

Para la capacidad instalada se va a utilizar el siguiente material, donde vendríamos a tener una batidora manual con una capacidad de 10 litros donde podrá batir 5 litros de coco rallado. Con los recursos establecidos para la producción la empresa trabajando los 5 días en jornadas laborales de 8 horas diarias está para producir 800 unidades a la semana, al mes 3.200 unidades y al año 38.400 unidades de 750 ml de miel de coco.

Tabla 36
Determinación de la Capacidad instalada

Batidora	Días	Tiempo	Capacidad
	5	8 horas	800 unidades a la semana

Capacidad Utilizada

Dadas las condiciones existentes y por las características del componente tecnológico la empresa iniciará sus actividades utilizando el 39,06% que equivale a 15.000 unidades al año desde el 1er año al 5to año.

Localización del Proyecto

Significa ubicar geográficamente el lugar donde se implementará la nueva empresa, para lo cual debe analizarse una serie de factores relevantes que constituyen la razón de la localización, tales como: mano de obra disponible, costo de los productos, cercanía al mercado etc.

Macro localización

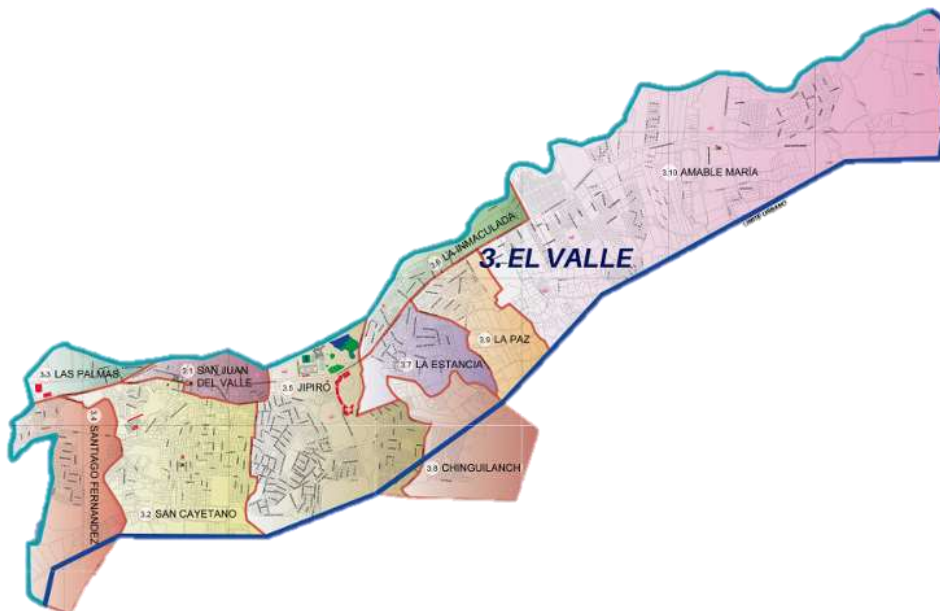
El análisis de Macro localización tiene relación con la ubicación de la empresa en la ciudad de Loja, provincia de Loja, del Cantón Loja y así como la urbe más grande y poblada de la misma. Se encuentra atravesada por los ríos Zamora, Malacatos y Jipiro, al sur de la Región interandina del Ecuador, en la hoya del río Zamora, a una altitud de 2060 m s. n. m. y con un clima templado andino de 16,6 °C en promedio.

Imagen 7.
Mapa de la ciudad de Loja, provincia de Loja



Nota. La imagen corresponde a la ciudad de Loja, provincia de Loja.

Imagen 8.
Mapa de la ciudad de Loja, provincia de Loja.



Nota. La imagen corresponde a la ciudad de Loja, provincia de Loja con su respectiva parroquia urbana que es el Valle.

Micro localización

Para determinar la mejor ubicación, se procedió a elaborar una matriz sobre los factores de localización que constituyen todos aquellos aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la nueva empresa, misma que cuenta con los siguientes factores:

Tabla 37.

Determinación de los Factores de Localización.

Factor	Requerimiento
Mano de Obra	Calificada
Agua	Potable
Energía Eléctrica	120v y 220v
Servicio Telefónico	Disponibilidad
Internet	Disponibilidad
Alcantarillado	Tradicional

Nota. La tabla creada anteriormente indica los factores de localización con los que cuenta la nueva empresa “MIEL DE COCO TUQUITA”.

La ubicación exacta de la empresa “MIEL DE COCO TUQUITA” será en el barrio “Pucacocha” de la parroquia El Valle y ciudad de Loja, provincia de Loja. Se la eligió principalmente por sus ventajas de acceso que tiene para vehículos de cualquier tipo, ya que se encuentra a lado de la avenida 8 de diciembre, esto les da a sus futuros clientes el espacio y las características necesarias para la adquisición del producto, además de que es un sector con gran afluencia comercial.

Imagen 9.
 Mapa de la Ubicación del Local.



Nota. La imagen corresponde a la dirección del local en el barrio “Puacacocha” de la parroquia El Valle y ciudad de Loja, provincia de Loja, en la avenida 8 de diciembre y Eduardo Palacios, imagen obtenida de Google maps.



Ingeniería del Proyecto

Esta parte del estudio tiene como función acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de comercialización, principalmente el equipamiento industrial acorde a las características de los productos de la empresa.

Componente Tecnológico

Para determinar la maquinaria y equipo adecuado para el requerimiento del proceso de comercialización acorde al nivel de demanda a satisfacer se debe identificar toda la determinación de equipos, mismos que se detallan a continuación:

Tabla 38.
 Determinación del Componente Tecnológico

Cantidad	Imagen	Descripción	Capacidad	Marca	Modelo	Línea
2		Licuadora	2.5 litros	Oster	Oster64	Industrial
2		Cocina industrial	10 y 15 años	Nacional	Maigas	Industrial

















4		Olla de aluminio	5 a 7 años	Nacional	Umco	Industrial
3		Cilindro de gas	Hasta su termino	Nacional	LojaGas	Industrial
5		Cucharon	5 a 7 años	Nacional	Umco	Industrial
4		Batidora Industrial	5 a 7 años	Nacional	Umco	Industrial
5		Recipiente plástico	5 a 7 años	Nacional	Umco	Industrial
6		Cucharas	5 a 7 años	Nacional	Tramontina	Industrial
4		Cuchillo	5 a 7 años	Nacional	Umco	Industrial
2		Mesa	5 a 7 años	Nacional	Umco	Industrial



Tabla 39
Determinación de Equipos

Cantidad	Imagen	Descripción	Capacidad	Marca	Modelo	Línea
Muebles y Enseres						
1		Escritorio	Normal	Mueble	Escritorio en L Genesis	Oficina
1		Archivador metálico	4 gavetas	Mueble	Metálico	Oficina
1		Silla giratoria para el administrador	1 persona	Silla	Tapizado en cuerina	Oficina
4		Sillas de espera	4 personas	Silla	Acero sólido	Oficina
Equipos de Computación						
1		Computadora de escritorio	Intel Core i7	Lenovo	12700T	Industrial
1		Impresora Epson Multifunción	4.500 páginas en negro o 7.500 páginas a color	Epson	H00g57	Oficina
Otros Enseres						

4		Detector de Humo con Alarma	8mA 55 mA	LED	Fotoeléctrico	Seguridad
1		Dispensador de agua	20 L	Nacional	Surtidor de agua fría y caliente	Industrial
Suministros de Oficina						
2		Resma de Papel Bon (paquete de 500 u)	Hasta su término	Repropal	Bond A4	Oficina
1		Lápices Mongol (caja de 12 u)	Hasta su término	BIC	De madera	Oficina
2		Esferos BIC color azul, negro y rojo (caja de 24 u)	Hasta su término	BIC	Esfero	Oficina
2		Libreta	100 hojas	BIC	Libreta de trabajo	Oficina
1		Engrapadora	Engrapa hasta 25 hojas	SWINGLNE	747	Oficina
1		Cinta Adhesiva (1 pack)	Hasta su término	FANTAPE	Transparente	Oficina

2		Clips	50 unidades	Artesco	Plástico-metálicos	Oficina
3		Notas adhesivas	60 notas	Nikon	De colores	Oficina
3		Portalápices	12 lápices	Nikon	Metálico	Oficina
1		Sello de madera	Hasta su término	Sellos	De madera	Oficina
1		Almohadillas de tinta	Consumo regular	LANCER	Almohadilla	Oficina
1		Tinta para Sellos	Consumo regular	LANCER	Toner	Oficina
2		Archivadores	100 hojas	LINE DESK	Archivador	Oficina
2		Calculadora 12 Dígitos	Hasta su deterioro	Casio	MX-12B	Oficina

2		Papelera	8LT	Nacional	Plástico	Oficina
1		Tijera	Hasta su deterioro	Euphoria	Filo Laser	Oficina
Suministros de Aseo						
2		Escoba plástica con tubo plastificado	Hasta su deterioro	Mayik	Acero inoxidable y plástico	Limpieza
2		Franelas	Hasta su deterioro	Nacional	tela de algodón	Limpieza
2		Trapeador C/Mango De Acero Mayik Surtido	Hasta su deterioro	Mayik	Plástico	Limpieza
1		Guantes Master Especializado T L	Hasta su deterioro	Master	Bicolor Reforzado C35	Limpieza
1		Recogedor de Basura	5 kg	Mayik	Plástico	Limpieza
2		Funda de basura (20 u)	39X55 PULGADAS NEGRO DESECHOS COMUNES	Nacional	39X55 PULGADAS Y TODOS LOS TAMAÑOS	Limpieza

2		Tacho de Basura	3lts / 5lts.	OC006	Acero Inoxidable	Limpieza
2		Ambiental pastilla para Baño cereza	5 días promedio	Tips	90 g	Limpieza

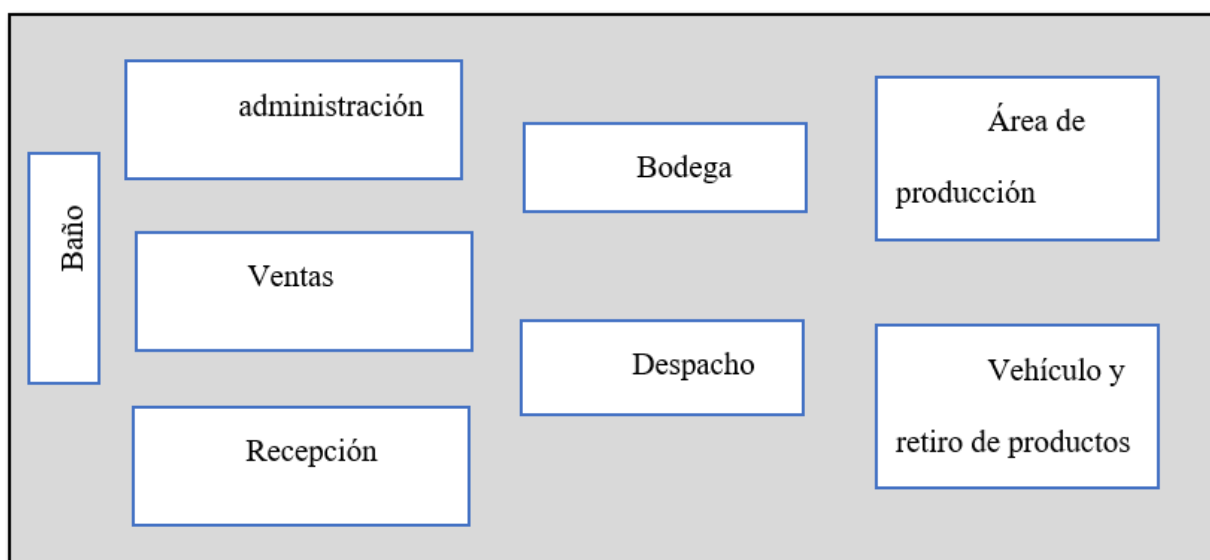
Nota. La tabla creada anteriormente indica los equipos y suministros que complementan el proceso de comercialización de productos.

Infraestructura Física

Acondicionamiento de la maquinaria y equipos en los espacios destinados a la comercialización. Es necesario mencionar que dichos planos se han desarrollado en función a una construcción ya hecha, por ello únicamente se realizará adecuaciones.

Imagen 10..

Distribución de las áreas




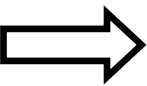










Nota. La imagen propuesta con anterioridad da a conocer las áreas físicas con las que contará la empresa para su óptimo funcionamiento.

Flujograma de proceso

Constituyen una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta el proceso de comercialización, en este caso se requiere describir los procesos de: selección del personal, de compra de inventario, de la venta efectiva.

Tabla 40.
Flujograma de proceso de producción

Actividad	Operación	Demora	Inspección	Transporte	Departamento
					
Control de Calidad					Producción
Dosificación					Producción
Mezcla					Producción
Cocido					Producción
Enfriamiento					Producción
Control de Calidad					Producción
Envasado					Producción
Almacenamiento					Producción

Nota. Se muestra el flujograma de proceso de producción

Estudio Organizacional

Para iniciar el proceso de comercialización de productos es fundamental el planteamiento una división del trabajo y una coordinación de aquellas tareas necesarias para llegar a obtener el trabajo final o producto, para ellos es necesario contar con personal cualificado en el área administrativa, productor y ventas que dispondrá el negocio para su puesta en marcha.

Tabla 41
Selección de personal

Personal	Cantidad
Administrador	1
Productor	1

Vendedor	1
Total	3

Nota. La tabla muestra el total de empleados que dispondrá la empresa para su funcionamiento.

Estructura Administrativo

El diseño de la estructura organizativa de la empresa ayudará al desempeño en las actividades operativas y administrativas que requiera el negocio para su correcto funcionamiento.

Niveles Jerárquicos de Autoridad

La empresa contará con los siguientes niveles jerárquicos para su organización

Tabla 42.

Niveles de Jerarquía

Nivel Ejecutivo:	Se compone de administradores, que son propietarios responsables de la operación y administración de la empresa.
Nivel Operativo:	Este nivel está conformado por el puesto de ventas y bodega

Nota. La tabla que antecede muestra los niveles jerárquicos que constituyen a la empresa.

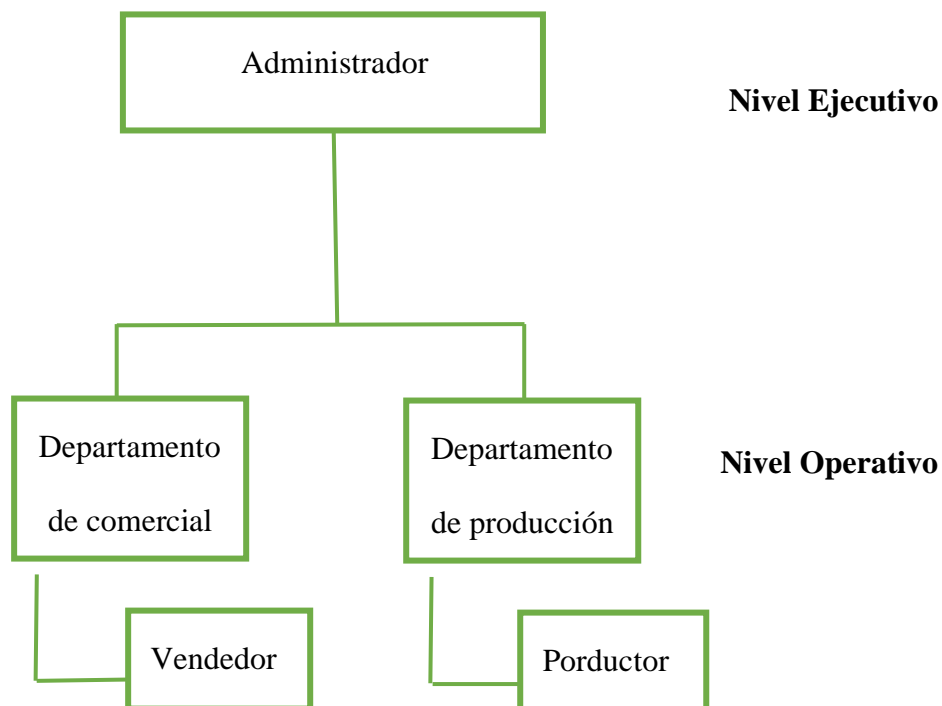
Organigramas

Corresponde a la representación gráfica de la estructura organizativa de la empresa a través de sus áreas o departamentos que comprende su funcionalidad.

Organigrama Estructural

Es la representación gráfica de la estructura administrativa que muestra las unidades administrativas que la integran y sus respectivas relaciones, niveles jerárquicos de la autoridad, canales formales de comunicación, líneas de autoridad, supervisión y asesoría.

Figura 14.
Organigrama Estructural de “MIEL DE COCO TUQUITA”



Nota. La imagen presentada anteriormente representa la estructura departamental de la empresa.

Manual de funciones

El Manual de Funciones constituye una fuente de información que revela las tareas, obligaciones y deberes que deben desarrollar y cumplir los diferentes puestos que integran la empresa, encaminados a la consecución de los objetivos planteados por la organización.

A continuación, se presenta el manual de funciones de la empresa productora y comercializadora “MIEL DE COCO TUQUITA” para el personal donde se detallará las responsabilidades que ejercerá el mismo de las diferentes áreas o departamentos de la empresa, tales son el Administrador, el Productor y el Vendedor.

Tabla 43.
Manual de funciones del Administrador

Manual de Funciones de la Empresa Comercializadora de Miel de Coco Tuquita
Identificación del Puesto
Código: 001
Cargo / Función: Administrador
Naturaleza del Trabajo Operativizar el proceso administrativo en el ámbito de la gestión empresarial.
Funciones Esenciales Tendrá a su cargo las tareas de: <ul style="list-style-type: none"> • Proyectar metas a corto y largo plazo para empresa “Miel de Coco Tuquita”. • Planificar estratégicamente los objetivos propuestos. • Fortalecer la productividad del personal. • Optimizar los recursos con los que cuenta la empresa. • Evaluar de manera permanente los resultados del equipo de trabajo con el objeto de corregir las deficiencias y realizar arqueos sorpresivos al área comercial.
Requisitos Mínimos <ul style="list-style-type: none"> • Se requiere de un profesional. • Sea este en contabilidad o administración de empresas. • Que cuente con experiencia en el liderazgo de las organizaciones o compañías.
Experiencia El profesional a optar el cargo debe tener una trayectoria con experiencia de un año como mínimo en puestos similares.

Nota. La tabla gráfica las principales funciones del administrador de la empresa.

Tabla 44
Manual de funciones del productor

Manual de Funciones de la Empresa Comercializadora de Miel de Coco Tuquita
Identificación del Puesto
Código: 002
Cargo / Función: Productor
Jefe Inmediato: Jefe de producción
Naturaleza del Trabajo Encargado de la labor manual que se realiza en la miel de coco.
Funciones Esenciales <ul style="list-style-type: none"> • La planificación y supervisión del trabajo de los empleados. • La supervisión de los procesos de producción o fabricación del producto en la empresa • El control de stocks y la gestión de almacenes. • La resolución de las incidencias (como las averías de la maquinaria)
Requisitos mínimos <ul style="list-style-type: none"> • Debe tener al menos 18 años. • Haber completado sus estudios secundarios. • Consciente de la imagen personal. • Conocimientos básicos de servicio al cliente.
Experiencia Que tenga mínimo un año de experiencia en el puesto solicitado.

Nota. La tabla gráfica las principales funciones del productor de la empresa.

Tabla 45
Manual de funciones del vendedor

Manual de Funciones de la Empresa Comercializadora de Miel de Coco Tuquita
Identificación del Puesto
Código: 003
Cargo / Función: Vendedor
Jefe Inmediato: Jefe comercial
Naturaleza del Trabajo Gestionar / controlar las operaciones en ventas.
Funciones Esenciales Tendrá a su cargo las tareas de: <ul style="list-style-type: none"> • Llevar una orden de todos los productos en bodega de tal forma que sean cuantificables e identificables para su constatación. • Realiza la función de venta del producto deseado por el cliente. • Conllevar el cobro mediante la modalidad de pago en efectivo. • Transferencia o crédito que dispone la empresa. • Entrega de facturas que respalden el sustento de las ventas.
Requisitos Mínimos <ul style="list-style-type: none"> • Se requiere de una persona mayor a 18 años. • Que haya culminado sus estudios secundarios. • Con conocimientos básicos en atención al cliente. • Proactivo y responsable.
Experiencia Contar con un mínimo de 1 año de experiencia.

Nota. La tabla gráfica las principales funciones del vendedor de la empresa.

Estudio Legal

Antecedentes Miel de Coco Tuquita nace de la idea de su autor Jaime Coronel en el año 2023, con el principal objetivo de contribuir al desarrollo y progreso de la sociedad Lojana con

sus productos altamente competitivos a nivel local, provincial, zonal y nacional, dado que esta oportunidad de negocio buscará abastecerse de sus productores locales en cuanto concierne al coco. Se creará inicialmente bajo el Régimen Simplificado para Negocios Populares inscrita en Servicio de Rentas Internas y su categorización se irá regulando según lo disponga la política tributaria de dicha institución. La normativa que rige sobre la conformación de la empresa como persona natural para realizar actividades de comercialización de miel de coco son:

- Constitución de la Republica del Ecuador.
- Ley de Régimen Tributario Interno.
- Ley de Seguridad Social. Reglamento para aplicación.
- Código de Trabajo.
- Código Tributario.
- Ordenanzas Municipales

Obtención del RUC

El RUC se lo solicita en el SRI, el cual está conformado por 13 dígitos, el negocio estará constituido por una persona natural no obligada a llevar Contabilidad; por lo cual, se lo obtiene con la cedula de ciudadanía agregando 3 dígitos al final con 001; entonces, el RUC quedaría de la siguiente manera: 11050600508001 perteneciente al Sr. Jaime Andres Coronel Chamba. La denominación del negocio será “MIEL DE COCO TUQUITA”.

Así mismo mientras la empresa no sobrepase los \$ 20 000 dólares en ingresos anualmente no le corresponden realizar declaraciones, solamente cancelar un impuesto de 60 dólares anual al SRI por el funcionamiento de la actividad económica.

Requisitos para la obtención del RUC:

- Ingresar a la página web: www.sri.gob.ec
- Ingresar a SRI en línea.
- Ingresar número de identificación y clave.
- Escoger la opción inscripción.
- Aceptar términos y condiciones.
- Ingresar información general del contribuyente.
- Ingresar medios de contacto.
- Ingresar dirección de domicilio.

- Ingresar dirección del establecimiento matriz.
- Ingresar actividades económicas.
- Ingresar actividad económica principal.
- Resumen información ingresada.
- Confirmación de inscripción de RUC

Permiso Anual de Funcionamiento

Los requisitos generales para locales comerciales de acuerdo con el Municipio del cantón de Loja, provincia de Loja; son los siguientes:

- Solicitud dirigida al director de Higiene en papel valorado de la Institución (Hoja-adquirir en ventanilla Nro. 12 de recaudaciones hacer constar la dirección exacta, correo electrónico y teléfonos.
- Fotocopia de la cédula de identidad.
- Formulario de permiso de funcionamiento (Adquirir en ventanilla Nro. 12 de recaudaciones).
- Certificados de pago de la patente municipal e impuestos a los activos totales.
- Carné de salud de todas las personas que laboran en el negocio, (Otorgado por el Policlínico Municipal de conformidad a los establecido en la Ordenanza Municipal).
- Ficha de calificación e informe de inspección. (este documento no se receptorá en archivo y se otorgará una vez realizada la inspección por parte de la Jefatura de Higiene, previo a otorgar el Permiso Anual).

Pago del Impuesto de Patente Municipal

Requisitos para obtener Patente de Personas Naturales según el Municipio del cantón Olmedo, provincia de Loja:

- Copia de R.U.C.
- Copia de la declaración del Impuesto a la Renta, IVA o RISE, según el caso.
- Copia del pago de la tasa bomberos.

Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos del Municipio de Loja.

- Uno de los requisitos para obtener el permiso de funcionamiento para locales comerciales de toda índole es pagar la tasa de bomberos, trámite que se efectúa en esta misma institución.
- Para obtener este documento los contribuyentes deben acercarse hasta el Cuerpo de Bomberos y presentar el RUC actualizado.
- Llenar una solicitud y se agenda un turno para hacer la inspección respectiva en caso de ser locales de riesgo nivel medio y alto.
- Mientras que los de nivel bajo como tiendas o bazares no amerita inspección y se entrega de inmediato.

Estudio Económico y Financiero

Inversiones

En función del proyecto de factibilidad en desarrollo las inversiones representan la acción de destinar dinero para comprar productos para su posterior comercialización, distribuida en tres tipos de inversiones que son: fija, diferida y capital de trabajo.


Inversiones Fijas

Representan las inversiones que se realizarán en bienes tangibles, indispensables para el funcionamiento de la nueva empresa como: maquinaria y equipo, mobiliario, vehículo y equipo de computación que se utilizará en el proceso de comercialización o son el complemento requerido para el funcionamiento óptimo del negocio. Cabe recalcar que no se tomará en cuenta la inversión en Construcciones puesto que la infraestructura ya está construida; en su defecto se hará adecuaciones.

Maquinaria y Equipo.

Constituyen la maquinaria y equipo inmiscuida en el proceso de comercialización que promoverá la empresa.

Tabla 46.
Presupuesto de Maquinaria y Equipo Depreciables

 MIEL DE COCO TUQUITA			
Presupuesto de Maquinaria y Equipo			
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Licadora Oster	25	\$ 120,00	\$ 3.000,00
Cocina industrial	12	\$ 175,00	\$ 2.100,00
Olla de aluminio	60	\$ 45,00	\$ 2.700,00
Cilindro de gas	25	\$ 70,00	\$ 1.750,00
Batidora industrial	7	\$ 750,00	\$ 5.250,00
Mesa	10	\$ 60,00	\$ 600,00
Total			\$ 15.400,00

Nota. La tabla superior muestra las herramientas que requiere la empresa para realizar sus actividades comerciales

Depreciación de Maquinaria y Equipo.

La maquinaria y equipo sufrirán deterioro como consecuencia de su desgaste con el paso del tiempo, por ende, tendrán una vida útil, y por ello a futuro será necesario cambiarlo.


$$Depreciación = \frac{\text{Costo histórico} - \text{Valor residual}}{\text{Años de vida útil}}$$

$$Depreciación = \frac{15.400 - 1.540}{10}$$

$$Depreciación = \frac{13.860}{10}$$

$$Depreciación = \$ 1.386,00$$

Tabla 47.
Tabla de depreciación

 MIEL DE COCO TUQUITA			
Tabla de Depreciación			
Método de depreciación:	Lineal		
Costo del bien:	\$ 15.400,00		
Valor Residual (10%):	\$ 785,00		
Periodo en años	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor Total
0			\$ 15.400,00
1	\$ 1.386,00	\$ 1.540,00	\$ 14.014,00
2	\$ 1.386,00	\$ 2.926,00	\$ 12.628,00
3	\$ 1.386,00	\$ 4.312,00	\$ 11.242,00
4	\$ 1.386,00	\$ 5.698,00	\$ 9.856,00
5	\$ 1.386,00	\$ 7.084,00	\$ 8.470,00
6	\$ 1.386,00	\$ 8.470,00	\$ 7.084,00
7	\$ 1.386,00	\$ 9.856,00	\$ 5.698,00
8	\$ 1.386,00	\$ 11.242,00	\$ 4.312,00
9	\$ 1.386,00	\$ 12.628,00	\$ 2.926,00
10	\$ 1.386,00	\$ 14.014,00	\$ 1.540,00

Nota. Se muestra el cálculo de la depreciación de Maquinaria y equipos requeridos por el proyecto de factibilidad.

Muebles y Enseres.

Se incorporará muebles y enseres que serán utilizados para realizar las adecuaciones necesarias para el local.

Tabla 48

Presupuesto de Muebles y Enseres

 MIEL DE COCO TUQUITA			
Presupuesto de Muebles y Enseres			
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio	2	\$ 100,00	\$ 200,00
Archivador metálico	3	\$ 70,00	\$ 210,00
Silla giratoria para el administrador	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Sillas de espera	6	\$ 25,00	\$ 150,00
Total			\$ 680,00

Nota. La tabla creada anteriormente muestra los rubros de muebles y enseres con sus respectivos precios de adquisición consultados en Mercado Libre Ecuador.

Depreciación de Muebles y Enseres.

Los Muebles y Enseres, sufrirán deterioro como consecuencia de su desgaste con el paso del tiempo, por ende, tendrán una vida útil, y por ello a futuro será necesario cambiarlo.

$$Depreciación = \frac{\text{Costo histórico} - \text{Valor residual}}{\text{Años de vida útil}}$$

$$Depreciación = \frac{680 - 68}{10}$$

$$Depreciación = \frac{612}{10}$$

$$Depreciación = \$ 61,20$$

Tabla 49
Tabla de depreciación


Método de depreciación:		MIEL DE COCO TUQUITA	
		Tabla de Depreciación	
Costo del bien:	\$ 680,00		
Valor Residual (10%):	\$ 68,00		
Periodo en años	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor Total
0			\$ 680,00
1	\$ 61,20	\$ 68,00	\$ 618,80
2	\$ 61,20	\$ 129,20	\$ 557,60
3	\$ 61,20	\$ 190,40	\$ 496,40
4	\$ 61,20	\$ 251,60	\$ 435,20
5	\$ 61,20	\$ 312,80	\$ 374,00
6	\$ 61,20	\$ 374,00	\$ 312,80
7	\$ 61,20	\$ 435,20	\$ 251,60
8	\$ 61,20	\$ 496,40	\$ 190,40
9	\$ 61,20	\$ 557,60	\$ 129,20
10	\$ 61,20	\$ 618,80	\$ 68,00

Nota. Se muestra el cálculo de depreciación que sufrirán los Muebles y Enseres requeridos por el Proyecto de Factibilidad.

Equipo de Computación.

Se obtendrá un Equipo de Cómputo para la empresa dado que se necesita resolver trabajos como: controlar las ventas, los inventarios y proporcionar un servicio al cliente de calidad. Por tal motivo, se consideró realizar el siguiente presupuesto:

Tabla 50
Presupuesto de Equipo de Computo

		MIEL DE COCO TUQUITA	
Presupuesto de Equipos de Computación			
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadora de escritorio	1	\$ 900,00	\$ 900,00
Impresora Epson Multifunción	1	\$ 300,00	\$ 350,00
Total			\$ 1.250,00

Nota. La tabla indica los rubros de equipo de computación con sus respectivos precios de adquisición consultados en Mercado Libre Ecuador.

Depreciación de Equipo de Computación.

Los Equipo de cómputo, sufrirán deterioro como consecuencia de su desgaste con el paso del tiempo, por ende, tendrán una vida útil, y por ello a futuro será necesario cambiarlo.


$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Costo histórico} - \text{Valor residual}}{\text{Años de vida útil}}$$

$$\text{Depreciación} = \frac{1.250 - 37,50}{3}$$

$$\text{Depreciación} = \frac{1.212,50}{3}$$

$$\text{Depreciación} = \$ 404,17$$


Tabla 51
Tabla de depreciación

 MIEL DE COCO TUQUITA			
Tabla de Depreciación			
Método de depreciación:	Lineal		
Costo del bien:	\$ 1.250,00		
Valor Residual (3%):	\$ 37,50		
Periodo en años	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor Total
0			\$1.250,00
1	\$ 404,17	\$ 37,50	\$845,83
2	\$ 404,17	\$ 441,67	\$441,66
3	\$ 404,17	\$ 845,84	\$37,50

Nota. Se muestra el cálculo de depreciación que sufrirá el equipo de requerido por el Proyecto de Factibilidad.

Resumen de las Depreciaciones en Activos Fijos

Tabla 52
Resumen Depreciaciones en Activos Fijos

 MIEL DE COCO TUQUITA						
ACTIVO	Valor	% Anual	Valor Residual	Vida útil	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Maquinaria y Equipo	\$ 15.400,00	10%	\$ 1.540,00	10	\$ 1.386,00	\$ 115,50
Muebles y Enseres	\$ 680,00	10%	\$ 68,00	10	\$ 61,20	\$ 5,10
Equipo de Computo	\$ 1.250,00	3%	\$ 37,50	3	\$ 404,17	\$ 33,68
Total	\$ 17.330,00		\$ 1.645,50		\$ 1.851,37	\$ 154,28

Nota. Se indican datos tomados de las tablas 46, 48 y 50.

Inversiones Diferidas

La empresa “MIEL DE COCO TUQUITA”, Debe cancelar el estudio preliminar, los estatutos y la licencia de funcionamiento con anticipación para cumplir a cabalidad con los requisitos legales estipulados por la ley y autorizar del inicio del proyecto.

Tabla 53
Activos Diferidos

 MIEL DE COCO TUQUITA	
Activos Diferidos	
Concepto	Valor Total
Estudio Preliminar	\$ 260,00
Patente de Funcionamiento	\$ 50,00
Gastos de Organización	\$ 80,00
Adecuaciones	\$ 1.250,00
Sistema de Gestión Empresarial (Imperium)	\$ 690,00
Imprevistos	\$ 100,00
Total	\$ 2.430,00

Nota. Se indica los valores de los respectivos permisos, adecuaciones, gastos y licencias de programas requeridos dentro del proyecto de factibilidad.

Amortización de Activos Diferidos

Supone la disminución del activo diferido, a la vez que se reconoce el gasto correspondiente.


Fórmula:

$$A = \frac{T.A.D}{Vida Útil}$$

$$A = \frac{2.430}{5}$$

$$A = \$ 486$$

Tabla 54
Amortización General de Activos Diferidos

 MIEL DE COCO TUQUITA			
<i>Tabla General de Amortización de Activos Diferidos</i>			
Año	Valor Activo Diferido	Amortización	Valor en Libras
1	\$ 2.430,00	486	1.944
2	\$ 1.944,00	486	1.458
3	\$ 1.458,00	486	972
4	\$ 972,00	486	486
5	\$ 486,00	486	0

Nota. Se muestra el cálculo general que sufrirán los activos diferidos requeridos por el proyecto de factibilidad.

Seguidamente, se detalla el resumen de la Propiedad, Planta y Equipo; datos obtenidos de la inversión fija.

Capital de trabajo

Inventario

Inventario para la venta.

Se refiere a la adquisición de la mercadería necesaria para la ejecución del proyecto. El producto de miel de coco formará parte del inventario de venta que requiere la empresa.

Para fijar las cantidades de miel de coco a adquirir dentro del presupuesto de ingresos, se tomó como referencia la pregunta 5 de las encuestas aplicadas a la población, mismas que se refieren a la cantidad en miligramos (ml) que la población adquiere normalmente para su consumo.

Tabla 55

Presupuesto del Inventario para la Venta

 MIEL DE COCO TUQUITA				
<i>Presupuesto del Inventario de Materia Prima</i>				
Producto	Cantidad	U/M	Valor Unitario	Valor Total
Coco Rallado.	350	Lb	\$ 1,70	\$ 595,00
Azúcar (blanca)	40	Lb	\$ 0,60	\$ 24,00
Leche	200	Lt	\$ 1,00	\$ 200,00
Leche condensada	100	Lt	\$ 1,75	\$ 175,00
Canela Molida	100	Lb	\$ 1,00	\$ 100,00
Total	74		\$ 6,05	\$ 1.094,00
	Mensual			
	Anual			\$ 13.128,00

Nota. La tabla muestra los productos que tendrá en inventario la empresa con el 95%

Gasto de Ventas

Remuneración al Personal de Ventas.

Constituye el pago que recibe un vendedor por su trabajo, en este caso para el proceso de venta y despacho del producto hacia los clientes, para este último se asignara dos funciones: además del despacho, realizará la tarea de chofer en caso de que el cliente requiera de los productos a domicilio. En ambos casos percibirán una remuneración de un salario básico unificado.

Tabla 56

Rol de pagos del personal de ventas

 MIEL DE COCO TUQUITA		
<i>Rol de pagos al Vendedor</i>		
Nomina o Rubro	Porcentaje	<u>Año 1</u> Vendedor
INGRESOS		
Salario Básico Unificado		\$ 450,00
DEDUCCIONES		
Décimo Tercer Sueldo		\$ 37,50
Décimo Cuarto Sueldo		\$ 37,50
Fondos de Reserva	8,33%	0
Total, de Ingresos		\$ 525,00
Aporte Individual	9,45%	\$ 42,53
Total, Deducciones		\$ 42,53
TOTAL, A PAGAR MENSUAL		\$ 482,48
TOTAL, A PAGAR ANUAL		\$ 5.789,70

Nota. En la tabla presentada se describe el salario que percibirá el bodeguero de la empresa “MIEL DE COCO TUQUITA”


Gastos Administrativos

Remuneración al personal administrativo:

Los gastos de administración son aquellos que están asociados con la gestión y el mantenimiento de una empresa u organización. En otras palabras, es la remuneración que se pagará al Administrador de la empresa, quien también tendrá a su cargo. El mencionado salario se estimó en función al año base del proyecto 2023.

Tabla 57

Rol de Pagos del Personal Administrativo


 MIEL DE COCO TUQUITA		
<i>Rol de pagos al Vendedor</i>		
Nomina o Rubro	Porcentaje	<u>Año 1</u> Administrador
INGRESOS		
Salario Básico Unificado		\$ 600,00
DEDUCCIONES		
Décimo Tercer Sueldo		\$ 37,50
Décimo Cuarto Sueldo		\$ 50,00
Fondos de Reserva	8,33%	-
Total, de Ingresos		\$ 687,50
Aporte Individual	9,45%	\$ 56,70
Total, Deducciones		\$ 56,70
TOTAL, A PAGAR MENSUAL		\$ 630,80
TOTAL, A PAGAR ANUAL		\$ 7.569,60

Nota. El beneficio al fondo de reserva se hace efectivo después de que el trabajador preste sus servicios el primer año de trabajo.

Publicidad. Se consideró realizar este gasto necesario para llegar a todas las personas interesadas en los productos que se van a ofertar, a continuación, se presenta el siguiente presupuesto

Tabla 58

Presupuesto de Publicidad

 MIEL DE COCO TUQUITA			
<i>Presupuesto de Publicidad</i>			
Denominación	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Instagram (Internet)	5	\$ 10,00	\$ 50,00
Facebook (Internet)	5	\$ 10,00	\$ 50,00
Volantes Publicitarios (100 u)	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Total	11	\$ 50,00	\$ 130,00
	Mensual		

	Anual	\$ 1.560,00
--	--------------	--------------------

Nota. Se detalló el presupuesto que se llevará a cabo destinado a la publicidad de la empresa.

Insumo.

Si como negocio vamos a trabajar en la fabricación de algún producto, necesitamos insumos. Por ejemplo, vamos a vender la miel de coco en envases de vidrio, adicional la etiqueta, y las tapas.

Tabla 59.

Insumo de Materiales Indirectos

		MIEL DE COCO TUQUITA	
Presupuesto de Materiales Indirectos			
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Envases de vidrio	1.250,00	\$ 0,80	\$ 1.000,00
Tapas de plástico	1.250,00	\$ 0,5	\$ 62,50
Rollo de plástico, etiqueta	0.50	\$ 30,00	\$ 15,00
Total, Mensual			\$ 1.077,50
Total, Anual			\$ 12.930,00


Nota. La tabla creada anteriormente muestra insumos con sus respectivos precios de adquisición consultados en Mercado Libre Ecuador.

Otros gastos de venta

Son aquellos gastos que están estrechamente ligados a la venta de los productos ofertados por la empresa, es decir, aquellos que ocurren en el momento que se realiza la transacción con el cliente.

Tabla 60

Equipos de corta duración (corta duración)


 MIEL DE COCO TUQUITA			
Equipos de corta duración			
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Cucharon	16	\$ 8,00	\$ 128,00
Recipiente plástico	20	\$ 5,00	\$ 100,00
Cucharas	16	\$ 0,50	\$ 8,00
Cuchillo	25	\$ 3,00	\$ 75,00
Dispensador de gel antibacterial de piel	2	\$ 37,25	\$ 74,50
Portalápices	3	\$ 0,90	\$ 2,70
Archivadores	2	\$ 3,50	\$ 7,00
Detector de Humo con Alarma	4	\$ 3,90	\$ 15,60
Total			\$ 410,80

Nota. La tabla creada previamente muestra otros gastos de venta en los que incurrirá la empresa

Suministros de oficina. Son todos los objetos o útiles que los diferentes departamentos de la empresa necesitarán para poder realizar sus funciones.

Tabla 61

Presupuesto de Suministros de oficina

 MIEL DE COCO TUQUITA			
Presupuesto de Suministros de oficina			
Denominación	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Resma de Papel Bon (paquete de 500 u)	2	\$ 4,00	\$ 8,00
Lápices Mongol (caja de 12 u)	1	\$ 0,84	\$ 0,84
Esferos BIC color azul, negro y rojo (caja de 24 u)	2	\$ 0,30	\$ 0,60
Libreta	2	\$ 0,75	\$ 1,50
Engrapadora	1	\$ 1,50	\$ 1,50
Cinta Adhesiva (1 pack)	1	\$ 1,00	\$ 1,00

Clips	2	\$ 0,75	\$ 1,50
Notas adhesivas	3	\$ 0,60	\$ 1,80
Sello de madera	1	\$ 1,50	\$ 1,50
Almohadillas de tinta	1	\$ 2,50	\$ 2,50
Tinta para Sellos	1	\$ 1,25	\$ 1,25
Calculadora 12 Dígitos	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Papelera	2	\$ 2,50	\$ 5,00
Tijera	1	\$ 0,25	\$ 0,25
Total	27	\$ 37,14	\$ 57,24
	Anual		686,88

Nota. En la tabla superior se presenta el presupuesto de suministros de oficina con sus respectivos valores consultados en Reforma Aguilar.

Suministros de Limpieza. Son aquellos gastos en los que incurrirá la empresa para mantenerla limpia y ordenada, lo conforman los productos de higiene y limpieza.

Tabla 62


Presupuesto de suministros de limpieza.

 MIEL DE COCO TUQUITA			
Presupuesto de Sumistros de Limpieza			
Denominación	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Franelas	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Guantes Máster Especializado T L	1	\$ 2,50	\$ 2,50
Tacho de Basura	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Escoba plástica con tubo plastificado	2	\$ 3,50	\$ 7,00
Trapeador C/Mango De Acero Mayik Surtido	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Recogedor de Basura	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Total	10	\$ 15,50	\$ 26,50
	Mensual		
	Anual		\$ 318,00

Nota. En la tabla anterior se muestra el presupuesto de suministros de limpieza establecido para la empresa, con sus valores de adquisición consultados en supermercado SuperMaxi.

Tabla 63

Materiales corta duración


 MIEL DE COCO TUQUITA			
<i>Materiales de corta duración</i>			
Denominación	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Ambiental pastilla para Baño cereza MENSUAL	2	\$ 1,75	\$ 3,50
Funda de basura (20 u) MENSUAL	2	\$ 3,50	\$ 7,00
Dispensador de agua	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Total	6	\$ 30,25	\$ 60,50
	Mensual		
	Anual		\$ 726,00

Nota. La tabla anterior muestra los suministros de corta duración

Servicios básicos. Comprende los valores correspondientes al gasto y pago de la luz eléctrica, teléfono e internet que utilizará la empresa en el desarrollo de sus actividades.

Tabla 64

Presupuesto de servicios básicos


 MIEL DE COCO TUQUITA				
<i>Presupuesto de Servicios Básicos</i>				
Denominación	Cantidad	Unidad por medida	Valor Unitario	Valor Total
Luz Eléctrica	100	kwk	\$ 0,10	\$ 10,00
Teléfono	1	1 plan (155 minutos)	\$ 10,00	\$ 10,00
Internet	1	1 plan (50 megas)	\$ 20,00	\$ 20,00
Total	102		\$ 30,10	\$ 40,00
	Mensual			
	Anual			\$ 480,00

Nota. Se presenta el presupuesto de servicios básicos que requerirá el proyecto de factibilidad con sus valores consultados/cotizados en la empresa EERSSA respectivamente.

Mantenimiento y Reparaciones. Comprenden aquellos gastos que se harán al vehículo y al equipo de cómputo de la empresa ya que estos sufrirán deterioro, daños con el paso del tiempo y será necesario su mantenimiento y de requerir su reparación.

Tabla 65

Presupuesto de mantenimiento y reparación

 MIEL DE COCO TUQUITA			
Presupuesto para el Mantenimiento y Reparaciones			
Denominación	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Mantenimiento del Equipo de Computación	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Mantenimiento del Vehículo	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Total	2	\$ 40,00	\$ 40,00
	Mensual		
	Anual		\$ 480,00

Nota. En la tabla que antecede se presenta el presupuesto para el mantenimiento y reparación del vehículo y equipo de cómputo, valores consultados en la mecánica “El Gato” y Ct Importaciones.

Luego de haber determinado los rubros necesarios para la composición del capital de trabajo, se proyecta su respectivo resumen.

Resumen de Activos Circulantes o Capital de Trabajo

Tabla 66

Resumen de Capital de trabajo

 MIEL DE COCO TUQUITA	
Resumen de Capital de trabajo	
Descripción	Valor
Inventario	
Inventario para la Venta	\$ 1.094,00
Total, Inventario	\$ 1.094,00
Gastos de Venta	
Sueldos al Personal de Ventas	\$ 482,48

Equipos de corta duración (CORTA DURACIÓN)	\$ 410,80
Publicidad	\$ 130,00
Presupuesto de Materiales Indirectos	\$ 1.077,50
Total, Gastos de Venta	\$ 2.100,78
Gastos Administrativos	
Sueldos al Personal Administrativo	\$ 630,80
Mantenimiento y Reparaciones	\$ 40,00
Suministros de Oficina	\$ 686,88
Suministros de Aseo y Limpieza	\$ 26,50
Materiales de corta duración	\$ 410,80
Servicios Básicos	\$ 40,00
Total, Gastos Administrativos	\$ 1.794,98
Total	\$ 4.989,76

Nota. La tabla muestra el resumen de capital de trabajo, datos obtenidos de la tabla 55 hasta la 65.

Resumen total de Inversiones

Se detalla y resume el total de las inversiones requeridas por el proyecto de factibilidad, la cual está conformada por los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, así tenemos:

Tabla 67
Resumen de la inversión total

 MIEL DE COCO TUQUITA	
Descripción	Valor Anual
Activo Fijo	\$ 17.330,00
Activo Diferido	\$ 2.430,00
Capital de Trabajo	\$ 4.989,76
Total	\$ 24.749,76

Nota. Se presenta el resumen total de inversiones que requiere el proyecto para su ejecución, datos obtenidos de las tablas 52, 53 y 66

Financiamiento

La financiación permitirá viabilizar y poner en marcha el proyecto mediante la asignación de recursos capitales que cubrirán cada uno de los montos de inversión requeridos. La idea de

negocio que se pretende crear está orientada a la comercialización miel de coco, donde se requiere una inversión total de \$24.935,58 dólares; misma que será financiada tanto por fuentes internas como externas.

Fuentes Internas

Para la primera parte de la inversión se optará por capital propio, es decir será necesario el aporte del gerente general de la empresa en un 40% del total de la inversión equivalente la suma de \$4.749,76 dólares.

Fuentes Externas

Constituye al capital prestado por una entidad financiera del país, de las cuales se obtendrá un préstamo bancario, con la finalidad de cubrir la segunda parte del monto total de la inversión, en este caso se ha considerado realizar el préstamo en el Banco de Loja y Crédito JEP, donde ofrece la línea de crédito denominado de CrediPYMES, con un interés del 12% y a un plazo de 5 años, que permita cubrir el 80% restante de la inversión.

Tabla 68.

Fuentes de financiamiento de la inversión

 MIEL DE COCO TUQUITA		
Descripción	Monto	Porcentaje
Fuentes Internas	\$ 4.749,76	19,20%
Fuentes Externas	\$ 20.000,00	80,80%
Total	\$ 24.749,76	100%

Nota. La tabla muestra la distribución de las fuentes de financiamiento.

Gastos financieros

Son aquellos intereses que derivan del préstamo bancario a largo plazo al que accederá la empresa para financiar el inicio de las actividades económicas.

Tabla 69
Crédito Comercial

		MIEL DE COCO TUQUITA				
Crédito Comercial						
Capital:	\$ 20.000,00	$I = C * i$				
Interés:	12%	0.12%				
Plazo:	5 años	10	Semestral			
Cuota:						
TABLA DE AMORTIZACIÓN						
Semestre	Cuota	Interés	Amortización	Saldo	Capital Anual	Interés Anual
0				\$ 20.000,00		
1	\$ 3.200,00	\$ 1.200,00	\$ 2.000,00	\$ 18.000,00		
2	\$ 3.080,00	\$ 1.080,00	\$ 2.000,00	\$ 16.000,00	\$ 4.000,00	\$ 2.280,00
3	\$ 2.960,00	\$ 960,00	\$ 2.000,00	\$ 14.000,00		
4	\$ 2.840,00	\$ 840,00	\$ 2.000,00	\$ 12.000,00	\$ 4.000,00	\$ 1.800,00
5	\$ 2.720,00	\$ 720,00	\$ 2.000,00	\$ 10.000,00		
6	\$ 2.600,00	\$ 600,00	\$ 2.000,00	\$ 8.000,00	\$ 4.000,00	\$ 1.320,00
7	\$ 2.480,00	\$ 480,00	\$ 2.000,00	\$ 6.000,00		
8	\$ 2.360,00	\$ 360,00	\$ 2.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 840,00
9	\$ 2.240,00	\$ 240,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00		
10	\$ 2.120,00	\$ 120,00	\$ 2.000,00	\$ 0,00	\$ 4.000,00	\$ 360,00
Total		\$ 6.600,00	\$ 20.000,00		\$ 20.000,00	\$ 6.600,00

Nota. La construcción de la tabla anterior describe la amortización del préstamo.

Presupuesto de Ingresos

Está representado por la cantidad de productos que se espera comercializar, de un bien o servicio y del dinero que se espera recibir por dichas ventas.

Tabla 70.
Presupuesto de ingresos

 MIEL DE COCO TUQUITA				
<i>Presupuesto de Ventas</i>				
AÑOS	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO DE VENTA	VENTAS ANUALES
1	15.000	Unidad	\$ 4,25	\$ 63.750,00
2	17.500	Unidad	\$ 4,25	\$ 74.375,00
3	20.000	Unidad	\$ 4,25	\$ 85.000,00
4	22.500	Unidad	\$ 4,25	\$ 95.625,00
5	25.000	Unidad	\$ 4,25	\$106.250,00

Nota. Se multiplico las cantidades con los precios de venta que tendrá cada año correspondiente.

Tabla 71
Promedio de Inflación

Años	% De Incremento Anual
2018	0.27%
2019	-0.07%
2020	-0.93%
2021	1.94%
2022	3.64%
	4.85%
	0.97%

Nota. Se indica el cálculo de los porcentajes de inflación del país durante los últimos 5 años, datos que servirán para realizar las siguientes proyecciones. Información obtenida del INEC.

Presupuesto de Egresos

Señala la cantidad de costos y gastos empleados para la comercialización de los productos de la empresa.

La información de los costos y gastos se obtuvo de las inversiones presupuestadas para la ejecución del proyecto, estos valores ayudaron a determinar el primer año de funcionamiento de la empresa, seguidamente se tendrá que realizar las proyecciones para los cuatro años

restantes mismos que se realizarán por un incremento de 0,97%, valor que representa el promedio de inflación de los últimos 5 años (2018 - 2022) como se muestra en la tabla 65.

En lo que se refiere a las proyecciones de sueldos tanto administrativos y de ventas se lo hará con el porcentaje de los aumentos de sueldos que existió desde el año 2018 al 2022 (cabe recalcar durante el año 2020 y 2021 no hubo alza de sueldos por lo que se trabajará con el 0% de incremento para esos años), finalmente para las depreciaciones y amortizaciones no se realizan proyecciones, en este caso solo se trabajara con el valor residual obtenido para los cinco años.

*Tabla 72
Porcentaje promedio de incremento de los sueldos*

Años	% De Incremento	Valor Total
2018	2,93%	386,00
2019	2,07%	394,00
2020	1,52%	400,00
2021	0,00%	400,00
2022	6,25%	425,00
	12,77%	
	2.55%	

Nota. La tabla que antecede indica los porcentajes de los sueldos desde el año 2018 al 2022, a fin de obtener un porcentaje más apropiado para las proyecciones de los sueldos administrativos y de ventas. Información obtenida del INEC.

*Tabla 73
Proyección sueldos Administrativos*


		MIEL DE COCO TUQUITA				
Rol de Pagos al Personal Administrativo						
Nomina	Porcentaje	Año 1 Admi	Año 2 Admi	Año 3 Admi	Año 4 Admi	Año 5 Admi
Ingresos						
Salario		\$600,00	\$615,30	\$630,99	\$647,08	\$663,58

Décimo Tercer Sueldo		\$50,00	\$51,28	\$52,58	\$53,92	\$55,30
Décimo Cuarto Sueldo		\$37,50	\$37,50	\$37,50	\$37,50	\$37,50
Fondos de Reserva	8,33%	\$0,00	\$51,25	\$52,56	\$53,90	\$55,28
Total, de Ingresos		\$687,50	\$755,33	\$773,63	\$792,41	\$811,66
Deducciones						
Aporte Individual	9,45%	\$56,70	\$58,15	\$59,63	\$61,15	\$62,71
Total, Deducciones		\$56,70	\$58,15	\$59,63	\$61,15	\$62,71
Líquido Para Pagar Mensual		\$630,80	\$697,18	\$714,01	\$731,26	\$748,95
Líquido Para Pagar Anual		\$7.569,60	\$8.366,20	\$8.568,07	\$8.775,08	\$8.987,37

Nota. Se muestra las proyecciones del sueldo al personal administrativo

Tabla 74

Proyección de sueldos al personal de producción

		MIEL DE COCO TUQUITA				
Rol de Pagos al Personal de Producción						
Nomina	Porcentaje	Año 1 Ventas	Año 2 Ventas	Año 3 Ventas	Año 4 Ventas	Año 5 Ventas
Ingresos						
Salario		\$ 450,00	\$ 461,48	\$ 473,24	\$ 485,31	\$ 497,69
Décimo Tercer Sueldo		\$ 37,50	\$ 38,46	\$ 39,44	\$ 40,44	\$ 41,47
Décimo Cuarto Sueldo		\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 37,50
Fondos de Reserva	8,33%	\$ -	\$ 38,44	\$ 39,42	\$ 40,43	\$ 41,46
Total, de Ingresos		\$ 525,00	\$ 575,87	\$ 589,60	\$ 603,68	\$ 618,12

Deducciones						
Aporte Individual	9,45%	\$ 42,53	\$ 43,61	\$ 44,72	\$ 45,86	\$ 47,03
Total, Deducciones		\$ 42,53	\$ 43,61	\$ 44,72	\$ 45,86	\$ 47,03
Líquido Para Pagar Mensual		\$ 482,48	\$ 532,26	\$ 544,88	\$ 557,82	\$ 571,09
Líquido Para Pagar Anual		\$ 5.789,70	\$ 6.387,15	\$ 6.538,55	\$6.693,81	\$6.853,03

Nota. Se presenta la proyección de sueldos para el personal de productor.

Tabla 75


Proyección de sueldos al Vendedor

		MIEL DE COCO TUQUITA				
Rol de Pagos al Personal del Vendedor						
Nomina	Porcentaje	Año 1 Bodeguero	Año 2 Bodeguero	Año 3 Bodeguero	Año 4 Bodeguero	Año 5 Bodeguero
Ingresos						
Salario		\$ 450,00	\$ 461,48	\$ 473,24	\$ 485,31	\$ 497,69
Décimo Tercer Sueldo		\$ 37,50	\$ 38,46	\$ 39,44	\$ 40,44	\$ 41,47
Décimo Cuarto Sueldo		\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 37,50
Fondos de Reserva	8,33%	\$ -	\$ 38,44	\$ 39,42	\$ 40,43	\$ 41,46
Total, de Ingresos		\$ 525,00	\$ 575,87	\$ 589,60	\$ 603,68	\$ 618,12
Deducciones						
Aporte Individual	9,45%	\$ 42,53	\$ 43,61	\$ 44,72	\$ 45,86	\$ 47,03
Total, Deducciones		\$ 42,53	\$ 43,61	\$ 44,72	\$ 45,86	\$ 47,03
Líquido Para Pagar Mensual		\$ 482,48	\$ 532,26	\$ 544,88	\$ 557,82	\$ 571,09

Líquido Para Pagar Anual		\$ 5.789,70	\$ 6.387,15	\$ 6.538,55	\$6.693,81	\$6.853,03
---------------------------------	--	--------------------	--------------------	--------------------	-------------------	-------------------

Nota. Se muestran las proyecciones de sueldos para el vendedor

Tabla 76
Presupuesto operativo

		MIEL DE COCO TUQUITA				
<i>Presupuesto Proyectado de Egresos</i>						
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
COSTOS						
Sueldo del personal de producción	\$5.789,70	\$6.387,15	\$6.538,55	\$6.693,81	\$6.853,03	
Presupuesto del Inventario de Materia Prima	\$13.128,00	\$13.255,34	\$13.383,92	\$13.513,74	\$13.644,83	
Presupuestos de Materiales Indirectos	\$12.930,00	\$13.055,42	\$13.182,06	\$13.309,92	\$13.439,03	
Materiales de corta duración	\$410,80	\$414,78	\$418,81	\$422,87	\$426,97	
Depreciación de maquinaria y Equipo	\$706,50	\$706,50	\$706,50	\$706,50	\$706,50	
Total, de Costos	\$32.965,00	\$33.819,20	\$34.229,84	\$34.646,85	\$35.070,35	
GASTOS DE OPERACIÓN						
Gastos Administrativos						
Sueldo del Personal Administrativo.	\$7.569,60	\$8.366,20	\$8.568,07	\$8.775,08	\$8.987,37	
Mantenimiento y reparaciones	\$480,00	\$484,66	\$489,36	\$494,10	\$498,90	
Suministros de limpieza	\$318,00	\$321,08	\$324,20	\$327,34	\$330,52	
Suministros de oficina	\$686,88	\$693,54	\$700,27	\$707,06	\$713,92	
Servicios básicos	\$480,00	\$484,66	\$489,36	\$494,10	\$498,90	
Total, Gastos Administrativos	\$9.534,48	\$10.350,14	\$10.571,25	\$10.797,69	\$11.029,60	
Gastos de Ventas						
Sueldo del personal de Ventas	\$5.789,70	\$6.387,15	\$6.538,55	\$6.693,81	\$6.853,03	
Publicidad	\$130,00	\$131,26	\$132,53	\$133,82	\$135,12	
Equipos de corta duración	\$140,80	\$142,17	\$143,54	\$144,94	\$146,34	

Total, Gastos de Ventas	\$6.060,50	\$6.660,58	\$6.814,63	\$6.972,57	\$7.134,49
Gastos Financieros					
Interés del préstamo	\$2.280,00	\$1.800,00	\$1.320,00	\$840,00	\$360,00
Total, Gastos Financieros	\$2.280,00	\$1.800,00	\$1.320,00	\$840,00	\$360,00
TOTAL, GASTOS DE OPERACIÓN	\$17.874,98	\$18.810,72	\$18.705,88	\$18.610,26	\$18.524,09
TOTAL, DEL PRESUPUESTO DE EGRESOS	\$50.839,98	\$52.629,92	\$52.935,71	\$53.257,10	\$53.594,44

Nota. La tabla indica la proyección del presupuesto de costos y gastos con sus correspondientes rubros.


Estados financieros proyectados

Los estados financieros proyectados resumen toda la presupuestación de una empresa que precisa lo que espera lograr durante un período de planificación.

Estado de Pérdidas y Ganancias proyectado

Permitirá conocer la situación financiera de la empresa “Miel de Coco Tuquita” durante un periodo determinado, lo que ayuda a establecer la pérdida o utilidad del ejercicio mediante la comparación de ingresos y egresos, a su vez reconoce los valores a cubrir por efectos de cargas tributarias proyectado para 5 años como se muestra a continuación:

Tabla 77
Estado de Resultados Proyectado

		MIEL DE COCO TUQUITA			
		<i>Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado</i>			
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas	\$63.750,00	\$74.375,00	\$85.000,00	\$95.625,00	\$106.250,00
TOTAL, DE INGRESOS	\$63.750,00	\$74.375,00	\$85.000,00	\$95.625,00	\$106.250,00
COSTOS					
Sueldo del personal de producción	\$5.789,70	\$6.387,15	\$6.538,55	\$6.693,81	\$6.853,03
Presupuesto del Inventario De Materia Prima	\$13.128,00	\$13.255,34	\$13.383,92	\$13.513,74	\$13.644,83

Presupuestos de Materiales Indirectos	\$12.930,00	\$13.055,42	\$13.182,06	\$13.309,92	\$13.439,03
Materiales de corta duración	\$410,80	\$414,78	\$418,81	\$422,87	\$426,97
Depreciación de maquinaria y Equipo	\$706,50	\$706,50	\$706,50	\$706,50	\$706,50
Total, de Costos	\$32.965,00	\$33.819,20	\$34.229,84	\$34.646,85	\$35.070,35
GASTOS					
Gastos Administrativos					
Sueldo del personal administrativo	\$7.569,60	\$8.366,20	\$8.568,07	\$8.775,08	\$8.987,37
Mantenimiento y reparaciones	\$480,00	\$484,66	\$489,36	\$494,10	\$498,90
Suministros de limpieza	\$318,00	\$321,08	\$324,20	\$327,34	\$330,52
Suministros de oficina	\$686,88	\$693,54	\$700,27	\$707,06	\$713,92
Servicios básicos	\$480,00	\$484,66	\$489,36	\$494,10	\$498,90
Total, Gastos Administrativos	\$9.534,48	\$10.350,14	\$10.571,25	\$10.797,69	\$11.029,60
Gastos de Ventas					
Sueldo del personal de Ventas	\$5.789,70	\$6.387,15	\$6.538,55	\$6.693,81	\$6.853,03
Publicidad	\$130,00	\$131,26	\$132,53	\$133,82	\$135,12
Equipos de corta duración	\$140,80	\$142,17	\$143,54	\$144,94	\$146,34
Total, Gastos de Ventas	\$6.060,50	\$6.660,58	\$6.814,63	\$6.972,57	\$7.134,49
Gastos Financieros					
Interés del préstamo	\$2.280,00	\$1.800,00	\$1.320,00	\$840,00	\$360,00
Total, Gastos Financieros	\$2.280,00	\$1.800,00	\$1.320,00	\$840,00	\$360,00
Total, de Gastos	\$17.874,98	\$18.810,72	\$18.705,88	\$18.610,26	\$18.524,09
TOTAL, DE COSTOS Y GASTOS	\$50.839,98	\$52.629,92	\$52.935,72	\$53.257,11	\$53.594,45
UTILIDAD OPERACIONAL	\$12.910,02	\$21.745,08	\$32.064,28	\$42.367,89	\$52.655,55
Utilidad a trabajadores 15% por pagar	\$1.936,50	\$3.261,76	\$4.809,64	\$6.355,18	\$7.898,33
UTILIDAD LÍQUIDA DEL EJERCICIO	\$10.973,52	\$18.483,32	\$27.254,64	\$36.012,71	\$44.757,22

Nota. La elaboración de la tabla anterior muestra el estado de resultados proyectado que tendrá la empresa durante 5 años.

Clasificación de los Costos

Son aquellos valores en los que incurre la empresa y que van en función del volumen de la actividad, a su vez están en relación directa con los niveles de comercialización de la empresa.

- **Costos fijos:** Los costos fijos por una parte hay que asumirlo sin cambios significativos en el montante.

- **Costos Variables:** Por otra parte, los costos variables son proporcionales a la cantidad de producto comercializado.

Flujo de Caja Proyectado

Es un estado financiero sencillo que servirá para estimar las necesidades futuras de efectivo que la empresa requiera, constituye el circulante que dispone la unidad comercial para seguir operando. A continuación, se presenta el desarrollo del estado perteneciente a la empresa “Miel de Coco Tuquita”, donde se indican los movimientos de efectivo durante los cinco años, además este pronóstico informa que la empresa cuenta con efectivo suficiente para cubrir todas las obligaciones adquiridas.

Tabla 78
Flujo de Caja Proyectado


		MIEL DE COCO TUQUITA				
Flujo de Caja Proyectado						
Periodos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1.- FLUJO DE EFECTIVO POR ACTIVIDADES OPERATIVAS						
Ventas netas	-	\$63.750,00	\$74.375,00	\$85.000,00	\$95.625,00	\$106.250,00
Presupuesto del Inventario De Materia Prima	-	-\$13.128,00	-\$13.255,34	-\$13.383,92	-\$13.513,74	-\$13.644,83
Presupuestos de Materiales Indirectos	-	-\$12.930,00	-\$13.055,42	-\$13.182,06	-\$13.309,92	-\$13.439,03
Sueldo del personal de producción	-	-\$5.789,70	-\$6.387,15	-\$6.538,55	-\$6.693,81	-\$6.853,03

Sueldo del personal administrativo	-	-\$7.569,60	-\$8.366,20	-\$8.568,07	-\$8.775,08	-\$8.987,37
Sueldo del personal de ventas	-	-\$5.789,70	-\$6.387,15	-\$6.538,55	-\$6.693,81	-\$6.853,03
Mantenimiento y reparaciones	-	-\$480,00	-\$484,66	-\$489,36	-\$494,10	-\$498,90
Suministros de limpieza	-	-\$318,00	-\$321,08	-\$324,20	-\$327,24	-\$330,52
Suministros de oficina	-	-\$686,88	-\$693,54	-\$700,27	-\$707,06	-\$713,92
Servicios básicos	-	-\$480,00	-\$484,66	-\$489,36	-\$494,10	-\$498,90
Publicidad	-	-\$130,00	-\$131,26	-\$132,53	-\$133,82	-\$135,12
Equipos de corta duración	-	-\$140,80	-\$142,17	-\$143,54	-\$144,94	-\$146,34
Amortización del activo diferido	-	-\$2.030,00	-\$2.030,00	-\$2.030,00	-\$2.030,00	-\$2.030,00
Depreciación de maquinaria y equipo	-	-\$706,50	-\$706,50	-\$706,50	-\$706,50	-\$706,50
Depreciación de muebles y enseres	-	-\$300,00	-\$300,00	-\$300,00	-\$300,00	-\$300,00
Depreciación de equipo de computo	-	-\$1.250,00	\$1.250,00	-\$1.250,00	-\$1.250,00	-\$1.250,00
Intereses del préstamo bancario	-	-\$297,92	-\$235,20	-\$172,48	-\$109,76	-\$47,04
Utilidad a trabajadores 15% por pagar	-	-\$641,46	-\$406,27	-\$349,45	-\$291,02	-\$230,96
Utilidad Neta	-	\$11.081,44	\$22.238,40	\$29.701,16	\$39.650,09	\$49.584,51
Amortización del activo diferido	-	\$2.030,00	\$2.030,00	\$2.030,00	\$2.030,00	\$2.030,00
Depreciación de maquinaria y equipo	-	\$706,50	\$706,50	\$706,50	\$706,50	\$706,50
Depreciación de muebles y enseres	-	\$27,00	\$27,00	\$27,00	\$27,00	\$27,00
Depreciación de equipo de computo	-	\$277,78	\$277,78	\$277,78	\$277,78	\$277,78
Total, Flujo de Caja Operativo	\$0,00	\$14.122,72	\$25.279,68	\$32.742,44	\$42.691,37	\$52.625,79
2.- FLUJO DE EFECTIVO POR ACTIVIDADES DE INVERSION						
Activos Fijos	-\$17.330,00	-	-	-	-	-
Activos Diferidos	-\$2.430,00	-	-	-	-	-
Capital de Trabajo	-\$4.989,76	-	-	-	-	-

Total, Flujo de Caja de Inversión	-\$24.749,76	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
3.- FLUJO DE EFECTIVO POR ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO						
Capital propio	\$4.749,76	-	-	-	-	-
Préstamo bancario	\$20.000,00	-	-	-	-	-
Amortización del préstamo bancario	-	-\$4.000,00	-\$4.000,00	-\$4.000,00	-\$4.000,00	-\$4.000,00
Interés del Préstamo Bancario	-	-\$2.280,00	-\$1.800,00	-\$1.320,00	-\$840,00	-\$360,00
Total, Flujo de Caja de Financiamiento	\$24.749,76	-\$6.280,00	-\$5.800,00	-\$5.320,00	-\$4.840,00	-\$4.360,00
FLUJO DE CAJA PROYECTADO	\$0,00	\$7.842,72	\$19.479,68	\$27.422,44	\$37.851,37	\$48.265,79

Nota. La tabla elaborada con anterioridad muestra el flujo de caja proyectado con periodo de 5 años.

Tabla 79.
Clasificación de los Costos Fijos y Variables

 MIEL DE COCO TUQUITA										
DISTRIBUCIÓN DE LOS COSTOS FIJOS Y VARIABLES										
Detalle	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables
COSTOS										
Sueldo del personal de producción	\$5.789,70		\$6.387,15		\$6.538,55		\$6.693,81		\$6.853,03	
Presupuesto del Inventario De Materia Prima		\$13.128,00		\$13.255,34		\$13.383,92		\$13.513,74		\$13.644,83
Presupuestos de Materiales Indirectos		\$12.930,00		\$12.930,00		\$12.930,00		\$12.930,00		\$12.930,00
Materiales de corta duración	\$410,80		\$414,78		\$418,81		\$422,87		\$426,97	
Depreciación de maquinaria y Equipo		\$706,50		\$706,50		\$706,50		\$706,50		\$706,50

Total, Costos	\$6.200,50	\$26.764,50	\$6.801,93	\$26.891,84	\$6.957,36	\$27.020,42	\$7.116,68	\$27.150,24	\$7.280,00	\$27.281,33
GASTOS										
Gastos Administrativos										
Sueldo del personal administrativo	\$7.569,60		\$8.366,20		\$8.568,07		\$8.775,08		\$8.987,37	
Mantenimiento y reparaciones	\$480,00		\$484,66		\$489,36		\$494,10		\$498,90	
Suministros de limpieza		\$318,00		\$321,08		\$324,20		\$327,34		\$330,52
Suministros de oficina		\$686,88		\$693,54		\$700,27		\$707,06		\$713,92
Servicios básicos		\$480,00		\$484,66		\$489,36		\$497,10		\$498,90
Amortización del activo diferido		\$2.030,00		\$2.030,00		\$2.030,00		\$2.030,00		\$2.030,00
Depreciación de muebles y enseres	\$27,00		\$27,00		\$27,00		\$27,00		\$27,00	
Depreciación de equipo de computo	\$277,78		\$277,78		\$277,78		\$277,78		\$277,78	

Total, Gastos Administrativos	\$8.354,38	\$3.514,88	\$9.155,64	\$3.529,28	\$9.362,21	\$3.543,83	\$9.573,96	\$3.561,50	\$9.791,05	\$3.573,34
GASTOS DE VENTAS										
Sueldo del personal de Ventas	\$5.789,70		\$6.387,15		\$6.538,55		\$6.693,81		\$6.853,03	
Publicidad	\$130,00		\$131,26		\$132,53		\$133,82		\$135,12	
Equipos de corta duración		\$140,80		\$142,17		\$143,54		\$144,94		\$146,34
Total, Gasto de Venta	\$5.919,70	\$140,80	\$6.518,41	\$142,17	\$6.671,08	\$143,54	\$6.827,63	\$144,94	\$6.988,15	\$146,34
GASTOS FINANCIEROS										
Interés del préstamo	\$2.280,00		\$1.800,00		\$1.320,00		\$840,00		\$360,00	
Total, Gastos Financieros	\$2.280,00	\$0,00	\$1.800,00	\$0,00	\$1.320,00	\$0,00	\$840,00	\$0,00	\$360,00	\$0,00
TOTAL, GASTOS	\$16.554,08	\$3.655,68	\$17.474,05	\$3.671,45	\$17.353,29	\$3.687,37	\$17.241,59	\$3.706,44	\$17.139,20	\$3.719,68

TOTAL, DE COSTOS Y GASTOS	\$22.754,58	\$30.420,18	\$24.275,98	\$30.563,29	\$24.310,65	\$30.707,79	\$24.358,27	\$30.856,68	\$24.419,20	\$31.001,01
TOTAL, DEL PRESUPUESTO DE COSTOS	\$53.174,76		\$54.839,27		\$55.018,44		\$55.214,95		\$55.420,21	

Nota. Se detalla la clasificación de los costos y gastos de la empresa “Miel de Coco Tuquita”.

Punto de equilibrio

El Punto de Equilibrio es una herramienta importante que permite conocer el punto de balance que existe ente los ingresos y costos (fijos y variables), es decir que representa la situación donde se muestra que no se obtiene ganancias ni pérdidas.

Punto de Equilibrio Año 1

Datos:

Tabla 80

Resultados Punto de Equilibrio Año 1

DATOS	
Costo Fijo	\$ 22.754,58
Costo Variable	\$ 30.420,18
Ventas Totales	\$ 63.750,00

Nota. Se presentan los datos requeridos para el cálculo del punto de equilibrio correspondiente al año 1.

Desarrollo de fórmulas:

a. En función de las ventas

$$PEV = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

$$PEV = \frac{\$ 22.754,58}{1 - \frac{\$ 30.420,18}{\$ 63.750,00}}$$

$$PEV = \frac{\$ 22.754,58}{1 - 0,48}$$

$$PEV = \frac{\$ 22.754,58}{0,52}$$

$$PEV = \$ 43.522,72$$

Significa que si la empresa obtiene por las ventas \$ 43.522,72 dólares no obtienen ganancia ni pérdida.

b. En función de la capacidad instalada:

$$PEC = \frac{CF}{VT - CV} \times 100$$

$$PEC = \frac{\$ 22.754,58}{\$ 63.750,00 - \$ 30.420,18} \times 100$$

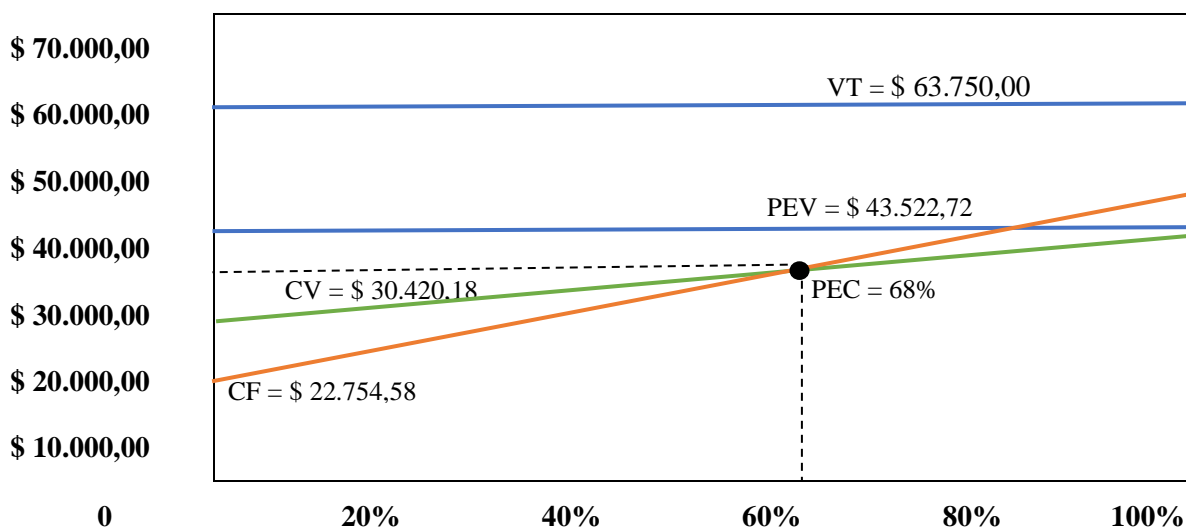
$$PEC = \frac{\$ 26.565,16}{\$ 33.329,82} \times 100$$

$$PEC = 0,68 \times 100$$

$$PEC = 68\%$$

Significa que la empresa deberá trabajar al menos con el 68% de su capacidad productiva para que los ingresos provenientes de las ventas permitan cubrir los costos.

Punto de Equilibrio Año 1



Nota. El gráfico representa el punto de equilibrio del primer año en función de las ventas y capacidad instalada.

Análisis: El Punto de Equilibrio en el que los ingresos cubren totalmente los egresos de la empresa miel de coco tuquita, se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad del 68% y tiene unas ventas de \$ 43.522,72. En este punto la empresa equilibra los costos e ingresos siendo este dónde ni gana ni pierde.

Punto de Equilibrio Año 3

Datos:

Tabla 81

Resultados Punto de Equilibrio Año 3

DATOS	
Costo Fijo	\$24.310,65
Costo Variable	\$30.707,79
Ventas Totales	\$85.000,00

Nota. Se presentan los datos requeridos para el cálculo del punto de equilibrio correspondiente al año 3.

Desarrollo de fórmulas:

a. En función de las ventas

$$PEV = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

$$PEV = \frac{\$24.310,65}{1 - \frac{\$30.707,79}{\$85.000,00}}$$

$$PEV = \frac{\$24.310,65}{1 - 0,36}$$

$$PEV = \frac{\$24.310,65}{0,64}$$

$$PEV = \$38.060,81$$

Significa que si la empresa obtiene por las ventas \$ 38.060,81 dólares no obtienen ganancia ni pérdida.

b. En función de la capacidad instalada:

$$PEC = \frac{CF}{VT - CV} \times 100$$

$$PEC = \frac{\$24.310,65}{\$85.000,00 - \$30.707,79} \times 100$$

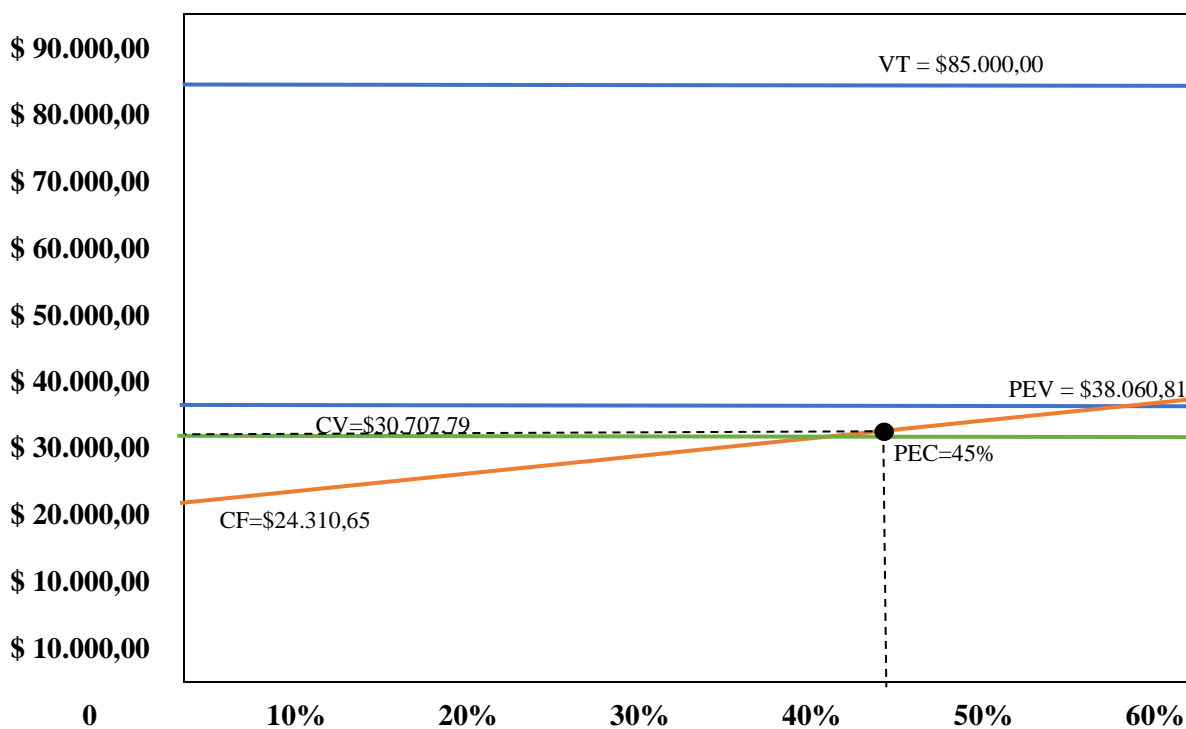
$$PEC = \frac{\$24.310,65}{\$54.292,21} \times 100$$

$$PEC = 0,45 \times 100$$

$$PEC = 45\%$$

Significa que la empresa deberá trabajar al menos con el 45% de su capacidad productiva para que los ingresos provenientes de las ventas permitan cubrir los costos.

Punto de Equilibrio Año 3



Nota. El gráfico representa el punto de equilibrio del tercer año en función de las ventas y capacidad instalada.

Análisis: El Punto de Equilibrio en el que los ingresos cubren totalmente los egresos de la empresa miel de coco tuquita, se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad del

45% y tiene unas ventas de \$38.060,81 En este punto la empresa equilibra los costos e ingresos siendo este dónde ni gana ni pierde.

Punto de Equilibrio Año 5

Datos:

Tabla 82
Resultados Punto de Equilibrio Año 5

DATOS	
Costo Fijo	\$24.419,20
Costo Variable	\$31.001,01
Ventas Totales	\$106.250,00

Nota. Se presentan los datos requeridos para el cálculo del punto de equilibrio correspondiente al año 5.

Desarrollo de fórmulas:

a. En función de las ventas

$$PEV = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

$$PEV = \frac{\$24.419,20}{1 - \frac{\$31.001,01}{\$106.250,00}}$$

$$PEV = \frac{\$24.419,20}{1 - 0,29}$$

$$PEV = \frac{\$24.419,20}{0,71}$$

$$PEV = \$34.479,40$$

Significa que si la empresa obtiene por las ventas \$ 34.479,40 dólares no obtienen ganancia ni perdida.

b. En función de la capacidad instalada:

$$PEC = \frac{CF}{VT - CV} \times 100$$

$$PEC = \frac{\$24.419,20}{\$106.250,00 - \$31.001,01} \times 100$$

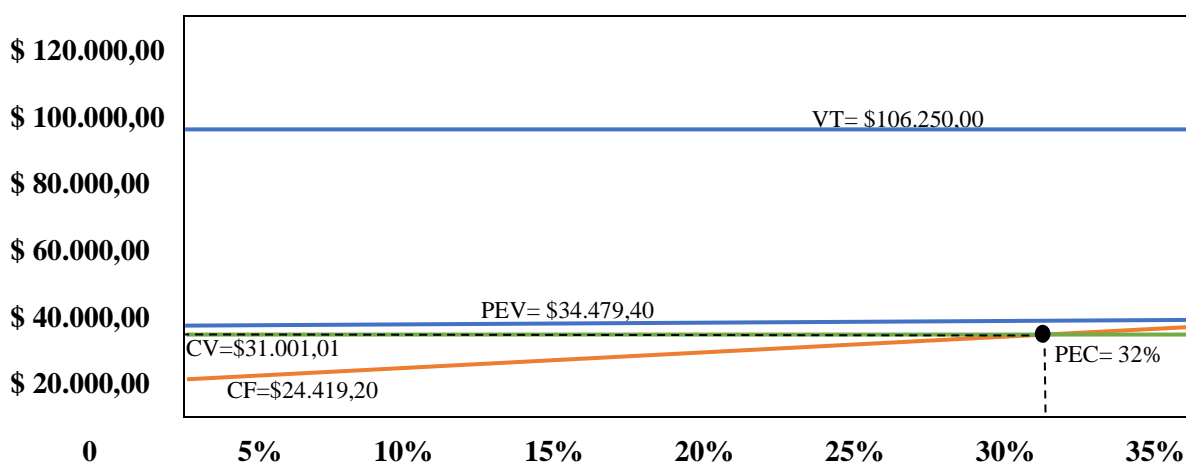
$$PEC = \frac{\$24.419,20}{\$75.248,99} \times 100$$

$$PEC = 0,32 \times 100$$

$$PEC = 32\%$$

Significa que la empresa deberá trabajar al menos con el 72% de su capacidad productiva para que los ingresos provenientes de las ventas permitan cubrir los costos.

Punto de Equilibrio Año 5



Nota. El gráfico representa el punto de equilibrio del quinto año en función de las ventas y capacidad instalada.

Análisis: El Punto de Equilibrio en el que los ingresos cubren totalmente los egresos de la empresa miel de coco tuquita, se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad del

32% y tiene unas ventas de \$34.479,40. En este punto la empresa equilibra los costos e ingresos siendo este dónde ni gana ni pierde.

Evaluación Financiera

Esta evaluación permite estimar la capacidad del proyecto de factibilidad de generar riqueza o valor a los inversionistas.

Valor Actual Neto (VAN)

Es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión, en este caso sería de las dos inversiones que se realizó previamente la de aporte de capital propio y la que se financió a través de un crédito bancario de 11,55%. Para la aportación voluntaria de capital se utilizó la tasa pasiva del 5,57 % establecida por el Banco o Central del Ecuador.

Tabla 83

Resumen de costo de capital promedio ponderado.


 MIEL DE COCO TUQUITA			
Costo de Capital Promedio Ponderado			
Fuente de Capital	Ponderación	Costo	Costo Ponderado
Préstamo a Largo Plazo	0,6259	11,55%	7,23%
Capital Personal	0,3741	5,57%	2,08%
Totales	1,00	17,12%	9,31%
Costo de Capital Ponderado			9,72%
Riesgo			4,03%
Costo de Capital + Riesgo			13,34%

Nota: Se tomo ese porcentaje de riesgo, ya que fue buscado en un artículo de Frecuencia e impacto en la matriz de riesgos

Formula:

$$VAN = -I_0 + \frac{Ft}{(1+k)} + \frac{F2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{Fn}{(1+k)^n}$$

Tabla 84
Cálculo del Valor Actual Neto

 MIEL DE COCO TUQUITA			
<i>Presupuesto del Valor Actual Neto</i>			
Año	Flujo Neto	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 13.34% <i>FA=1/(1+i)</i>	Valor Actualizado
0	-\$ 24.749,76		
1	\$7.842,72	0,88230	\$6.919,64
2	\$19.479,68	0,77846	\$15.164,06
3	\$27.422,44	0,68683	\$18.834,60
4	\$37.851,37	0,60599	\$22.937,64
5	\$48.265,79	0,53467	\$25.806,16
Total, Valor Actualizado			\$89.662,10

Nota. Se indica el cálculo del valor actual neto que tendrá la empresa “Miel de Coco Tuquita”

$$VAN = Valor actualizado - Inversión$$

$$VAN = \$ 89.662,10 - \$ 24.749,76$$

$$VAN = \$ 64.912,34$$

Análisis: En base al resultado obtenido se puede evidenciar que es mayor a 0, lo que quiere decir que el estudio de factibilidad es económicamente viable para el inversionista. Las inversiones del proyecto de factibilidad “Miel de Coco Tuquita”, son efectuarles y generarán beneficios económicos de \$ 64.912,34 dólares sobre el monto total de la inversión por lo que es viable aceptarlo.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Constituye la tasa de descuento que iguala, en el momento inicial, la corriente futura de cobros con la de pagos, es decir expresa la tasa de rendimiento, que oferta el proyecto para recuperar las inversiones efectuadas para su funcionamiento.

Tabla 85
Cálculo de la Tasa Interna de Retorno

MIEL DE COCO TUQUITA					
<i>Tasa Interna de Retorno</i>					
Años	Flujo de Caja	Factor de Actualización Menor	Valor Actualizado	Factor de Actualización Mayor	Valor Actualizado
		90%		91%	
0	\$-24.749,71				
1	\$7.842,72	0,54054	\$4.239,31	0,53763	\$4.216,52
2	\$19.479,68	0,27027	\$5.264,78	0,26882	\$5.236,47
3	\$27.422,44	0,18018	\$4.940,98	0,17921	\$4.914,42
4	\$37.851,37	0,13514	\$5.115,05	0,13441	\$5.087,55
5	\$48.265,79	0,10811	\$5.217,92	0,10753	\$5.189,87
Total, Valor Actualizado			\$24.778,04		\$24.644,82
Inversión Inicial			-\$24.749,76		-\$24.749,76
Valor Actual Neto			\$28,28		\$-104,94

Nota. Se muestra el cálculo de la TIR, a fin de desarrollar la fórmula de la nueva TIR que tendrá la empresa.

TIR = Tasa menor

$$+ \text{Diferencia de Tasas} \times \frac{\text{VAN Menor}}{\text{VAN MENOR} - \text{VAN Mayor}}$$

$$\text{TIR} = 90 + 1 \times \frac{\$ 28,28}{\$ 28,28 - (-\$ 104,94)}$$

$$\text{TIR} = 90 + 1 \times \frac{\$ 28,28}{\$ 133,22}$$

$$\text{TIR} = 90 + 0,2123$$


$$\text{TIR} = 90,21\%$$

Análisis: La tasa interna de retorno (TIR) para el negocio es de 90,21%, esto indica la operatividad con beneficios económicos del proyecto de acuerdo con los años de vida proyectados.

Relación Beneficio - Costo

Se trata de un indicador financiero que compara el costo de un producto versus el beneficio que esta entrega para evaluar de forma efectiva la mejor decisión a tomar en términos de compra.

Tabla 86
Cálculo Relación Beneficio – Costo

 MIEL DE COCO TUQUITA					
<i>Relación Beneficio – Costo</i>					
Años	Ingresos Originales	Egresos Originales	Factor de Actualización	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
1	\$63.750,00	\$50.839,98	0,88230	\$56.246,63	\$44.856,11
2	\$74.375,00	\$52.629,92	0,77846	\$57.897,96	\$40.970,29
3	\$85.000,00	\$52.935,72	0,68683	\$58.380,55	\$36.357,84
4	\$95.625,00	\$53.257,11	0,60599	\$57.947,79	\$32.273,28
5	\$106.250,00	\$53.594,45	0,53467	\$56.808,69	\$28.655,34
Total				\$287.281,62	\$183.112,86

Nota. En la tabla superior se muestra la actualización de los ingresos y egresos de la relación beneficio-costos, a fin de desarrollar la siguiente fórmula.

$$RBC = \frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{EGRESOS ACTUALIZADOS}}$$

$$RBC = \frac{\$ 287.281,62}{\$ 183.112,86}$$


$$RBC = \$1,56$$

Análisis: Según los resultados obtenidos luego de la aplicación de la fórmula de RBC se lograron un resultado positivo de \$1,56

Periodo de Recuperación de Capital

Permite conocer el tiempo en el que se va a recuperar la inversión inicial, para su determinación se toma los valores del flujo de caja y el monto de la inversión.

Tabla 87
Cálculo de la Recuperación del Capital

 MIEL DE COCO TUQUITA				
Periodo de Recuperación del Capital				
Años	Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actualizado	Saldo Acumulado
1	\$7.842,72	0,88230	\$6.919,63	\$6.919,63
2	\$19.479,68	0,77846	\$15.164,15	\$22.083,78
3	\$27.422,44	0,68683	\$18.834,55	\$40.918,34
4	\$37.851,37	0,60599	\$22.937,55	\$63.855,89
5	\$48.265,79	0,53467	\$25.806,27	\$89.662,16
			\$89.662,16	

Nota. La tabla anterior indica el periodo de recuperación, datos que servirán para determinar el periodo de recuperación de capital definitivo.

Fórmula:

$$\text{PRC} = \text{Año antes que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión inicial} - \Sigma \text{ Primeros flujos}}{\text{Flujo neto del primer año que supera la inversión}}$$

$$\text{PRC} = 3 + \frac{\$ 24.749,76 - \$ 6.919,63}{\$ 27.422,44}$$

$$\text{PRC} = 3 + \frac{\$ 17.830,13}{\$ 27.422,44}$$

$$PRC = 3 + 0,6502021$$

$$PRC = 3,65$$

$$PRC = 3 \text{ años}$$

$$PRC = 7 \text{ meses}$$

$$PRC = 19 \text{ días}$$

Análisis: La inversión tras la aplicación de la fórmula se recuperará en 3 años, 7 meses y 19 días lo que significa que es un tiempo adecuado.

Análisis de Sensibilidad

Ayuda a predecir los resultados del proyecto de tal forma que se observa cómo afecta un aumento o una disminución en la TIR (que tan sensible es)

Tabla 88

Análisis de Sensibilidad con Incremento en los Costos

		MIEL DE COCO TUQUITA						
Años	Costo Total	Costo Total Aumentado (77,80%)	Ingreso Original	Flujo de Efectivo Neto	Factor de Actualización (48%)	VAN Menor	Factor de Actualización (49%)	VAN Mayor
1	\$50.839,98	\$90.393,48	\$63.750,00	\$26.643,48	0,67568	\$18.002,35	0,67114	\$17.881,53
2	\$52.629,92	\$93.576,00	\$74.375,00	\$19.201,00	0,33784	\$6.486,82	0,33557	\$6.443,29
3	\$52.935,72	\$94.119,71	\$85.000,00	\$9.119,71	0,22523	\$2.053,99	0,22371	\$2.040,20
4	\$53.257,11	\$94.691,14	\$95.625,00	-\$933,86	0,16892	-\$157,75	0,16779	-\$156,69
5	\$53.594,45	\$95.290,93	\$106.250,00	-\$10.959,07	0,13514	-\$1.480,96	0,13423	-\$1.471,02
Total		\$468.071,27				\$24.904,47		\$24.737,32
Inversión Inicial						-\$24.749,76		-\$24.749,76
Valor Actual Neto						\$154,71		\$-12,44

Nota. La tabla superior muestra el análisis de sensibilidad con incremento en los costos donde se obtuvieron los valores del VAN menor y mayor, mismos que determinarán las fórmulas del análisis de sensibilidad.

Aplicación de Fórmulas:

a. Determinación de la nueva TIR:

$$\text{TIR} = \text{Tasa menor} + \text{Diferencia de Tasas} \times \frac{\text{VAN Menor}}{\text{VAN MENOR} - \text{VAN Mayor}}$$

$$\text{TIR} = 48 + 1 \times \frac{\$ 154,71}{\$ 154,71 - (-\$ 12,44)}$$

$$\text{TIR} = 48 + 1 \times \frac{\$ 154,71}{\$ 167,14}$$

$$\text{TIR} = 48 + 1 \times 0,9255801$$

$$\text{TIR} = 48,93$$

b. Diferencias del TIR:

$$\text{DT} = \text{TIR del proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

$$\text{DT} = 90,21 - 48,93$$

$$\text{DT} = 41,29$$

c. Porcentaje de Variación:

$$\% \text{ de variación} = \frac{\text{Diferencia de la TIR}}{\text{TIR del proyecto}} \times 100$$

$$\% \text{ de variación} = \frac{41,29}{90,21} \times 100$$

$$\% \text{ de variación} = 0,4576617 \times 100$$

$$\% \text{ de variación} = 45,77$$

d. Sensibilidad:

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{ de la variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{45,77}{48,93}$$

$$\text{Sensibilidad} = 0,94$$

Interpretación. Se obtuvo un valor de 0,94%, lo cual es menor a 1, esto significa que el proyecto de factibilidad es aceptado financieramente y no es sensible a futuros cambios en sus costos, el porcentaje límite que soporta el proyecto es de 77,80%

Tabla 89

Análisis de Sensibilidad con Disminución en los Ingresos

		MIEL DE COCO TUQUITA						
		Ingreso Total	Ingreso Total Disminuido (10,70%)	Costo Original	Flujo de Efectivo Neto	Factor de Actualización (49%)	VAN Menor	Factor de Actualización (50%)
1	\$63.750,00	\$56.928,75	\$50.839,98	\$6.088,77	0,67114	\$4.086,42	0,66667	\$4.059,18
2	\$74.375,00	\$66.416,88	\$52.629,92	\$13.786,96	0,33557	\$4.626,49	0,33333	\$4.595,65
3	\$85.000,00	\$75.905,00	\$52.935,72	\$22.969,28	0,22371	\$5.138,54	0,22222	\$5.104,28
4	\$95.625,00	\$85.393,13	\$53.257,11	\$32.136,02	0,16779	\$5.391,95	0,16667	\$5.356,00
5	\$106.250,00	\$94.881,25	\$53.594,45	\$41.286,80	0,13423	\$5.541,85	0,13333	\$5.504,91
Total						\$24.785,26		\$24.620,03
Inversión Inicial						-\$24.749,76		-\$24.749,76
Valor Actual Neto						\$35,50		-\$129,73

Nota. En la tabla anterior se muestra el análisis de sensibilidad con incremento en los costos, donde se obtendrán los totales del VAN menor y mayor a fin de aplicar las fórmulas correspondientes en el análisis de sensibilidad.

Aplicación de la Fórmula

a. Determinación de la nueva TIR:

$$\text{TIR} = \text{Tasa menor} + \text{Diferencia de Tasas} \times \frac{\text{VAN Menor}}{\text{VAN MENOR} - \text{VAN Mayor}}$$

$$\text{TIR} = 49 + 1 \times \frac{\$ 35,50}{\$ 35,50 - (-\$ 129,73)}$$

$$\text{TIR} = 49 + 1 \times \frac{\$ 35,50}{\$ 165,24}$$

$$\text{TIR} = 49 + 1 \times 0,214847532$$

$$\text{TIR} = 49,21$$

b. Diferencias del TIR:

$$\text{DT} = \text{TIR del proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

$$\text{DT} = 90,21 - 49,21$$

$$\text{DT} = 41,00$$

c. Porcentaje de Variación:

$$\% \text{ de variacion} = \frac{\text{Diferencia de la TIR}}{\text{TIR del proyecto}} \times 100$$

$$\% \text{ de variacion} = \frac{41,00}{90,61} \times 100$$

$$\% \text{ de variacion} = 0,4544552 \times 100$$

$$\% \text{ de variacion} = 45,45$$

d. Sensibilidad:

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{ de la variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{45,45}{49,21}$$

$$\text{Sensibilidad} = 0,92$$

Interpretación. Se obtuvo un valor de 0,92%, lo cual es menor a 1, esto significa que el proyecto de factibilidad es aceptado financieramente y no es sensible a futuros cambios que puedan existir en sus ingresos, el porcentaje límite que soporta el proyecto es de 10,70%.

7. Discusión

Mediante la realización de un diagnóstico preliminar desarrollado en la ciudad de Loja, provincia de Loja se identificó la ausencia de empresas orientadas a la comercialización de miel de coco, por ende, se prevé a realizar un proyecto de factibilidad donde se describa cada una de sus etapas que conlleve a la toma de decisiones fundamentadas en cálculos exactos y lo más apegados a la realidad posible. De acuerdo a lo descrito anteriormente, en primer lugar, lo necesario es realizar un estudio de factibilidad que permita determinar la puesta en marcha de la empresa “MIEL DE COCO TUQUITA”, estudio que cuantificación clara de los beneficios y costos que involucra ejecutarla; en base a este análisis se recopiló toda aquella información que requiere esta actividad comercial a fin de que asegure una rentabilidad económica beneficiosa, por lo tanto sus estimaciones se basan en datos actualizados al año de realización del proyecto, así pues se obtuvo resultados favorables mismos que están reflejados en cada componente del Estudio de Factibilidad realizado actualmente, que inicia con el estudio de mercado, en donde se identificó la demanda insatisfecha existente para el proyecto planteado durante el año base de trabajo (2023) es de 112.2412 familias; en cuanto al punto de equilibrio se determinó el nivel mínimo de ventas y de capacidad a utilizar dentro del proyecto para que no incurra en pérdida ni ganancia, en este caso, se analizaron los años 1 al 5, en el cual se obtuvo que para el año 1 la empresa deberá obtener \$43.522,72 en ventas que le permita cubrir los costos ocasionados, mientras que en función de su capacidad deberá trabajar con el 68% de la empresa para poder establecerse en un punto de equilibrio, para el año 5 de operaciones la empresa deberá generar ventas mínimas de \$34.479,40 que le permitan cubrir su gastos;

mientras que en función de su capacidad deberá operar con el 32% de la empresa que le permita mantenerse en un punto neutro de operaciones.

Dentro de la Evaluación financiera, al analizar el Valor Actual Neto (VAN), se obtuvo un valor positivo de \$64.912,34; así mismo la Tasa Interna de Retorno (TIR) se estableció en 90,21%; por su parte para la Relación Beneficio-Costo luego de sus resultados se obtuvo un valor positivo de \$1,56 lo que significa que por cada dólar invertido habrá 0.56 centavos de dólar como utilidad; con respecto al Periodo de Recuperación del Capital se evidencio que el proyecto a ejecutar recuperará la inversión de \$89.662,16 en un tiempo en 3 años, 7 meses y 19 días periodo considerado como aceptable, finalmente, el análisis de sensibilidad del proyecto demostró que el mismo soporta un incremento de costos de hasta el 77,80%, con una sensibilidad de 0,94%; por otra parte, también es necesario conocer hasta cuanto podría tolerar el proyecto una disminución de los ingresos percibidos durante desarrollo de su actividades comerciales, a raíz de ello, se obtuvo que el proyecto soporta una disminución de ingresos de hasta el 10,70%, con una sensibilidad de 0,92%; lo cual indica que el proyecto si es sensible porque tiene unos porcentajes menor a 1.

8. Conclusiones

Una vez realizado el estudio de factibilidad orientado a la creación de una empresa comercializadora de miel de coco en la ciudad de Loja, Provincia de Loja; se llegó a las siguientes conclusiones.

- En la fase del Estudio de mercado se logró determinar que, en base a la aplicación del instrumento de investigación(encuesta) a las familias de la ciudad de Loja, provincia de Loja se obtuvo el 30% en el género Masculino, mientras 70% en el género Femenino, acudiendo a esta información logramos presenciar que el 65% de personas si desean adquirir el producto de miel de coco.
- En el Estudio Economico-finaciero se determinó el monto de la inversión inicial, lo que da un costo de \$24.749,76 requerida para ejecutar el proyecto, con un capital de trabajo con un costo de \$4.749,76 así mismo, se estableció que el 19,79% del

total de la inversión se realizara con aportación propia y el 80,21% será adquirido del Banco de Loja y Crédito JEP, donde ofrece la línea de crédito denominado de CrediPYMES, con un interés del 12% y a un plazo de 5 años, que permita cubrir el 80% restante de la inversión.

- Una vez finalizada la evaluación financiera se pudo conocer que el Valor Actual Neto (VAN), se obtuvo un valor positivo de \$64.912,34, así mismo la Tasa Interna de Retorno (TIR) se estableció en 90,21%, por su parte para la Relación Beneficio-Costo luego de sus resultados se obtuvo un valor positivo de \$1,56 lo que significa que por cada dólar invertido habrá 0,56 centavos de dólar como utilidad, respecto al Periodo de Recuperación del Capital (PRC) se evidencio que el proyecto recuperará la inversión de \$89.662,16 en un tiempo en 3 años, 7 meses y 19 días periodo considerado como aceptable, finalmente en el Análisis de Sensibilidad se determinó que el proyecto soporta un aumento en los costos del 77,80% y una disminución en los ingresos del 10,70%.
- Finalmente, luego de analizar los resultados de las distintas etapas del estudio de factibilidad, se concluyó que el actual proyecto de factibilidad es factible y como además es rentable, el lanzamiento de la empresa “MIEL DE COCO TUQUITA” es ejecutable.

9. Recomendaciones

En relación con la información descrita en las conclusiones se hace pertinente considerar las siguientes recomendaciones.

- A partir de la información proporcionada por el estudio de mercado, se deben lanzar campañas de marketing basadas en un conocimiento real del tamaño del mercado existente para dar una mayor cobertura de los productos que ofrece la empresa o introducir nuevos productos potenciales.
- Los precios del producto de miel de coco están considerados con los costos de economías de escala, lo que produce precios competitivos del mercado y cuentan con un gran margen de utilidad.

- Adquirir todos los activos establecidos en los estudios económicos y financieros y utilizar los recursos asignados para la inversión inicial, ya que esto permitirá que las actividades comerciales de la empresa se desarrollen con normalidad.
- Guiarse por los resultados de los indicadores de viabilidad del proyecto, ya que representan un apoyo para su implementación.

10. Bibliografía

- Berrú, R. (2020, 10 12). *Red de Universidad*. Retrieved from Red de Universidad: <https://www.anahuac.mx/generacion-anahuac/la-importancia-del-emprendimiento#:~:text=El%20emprendimiento%20significa%20mucho%20m%C3%A1s,la%20elecci%C3%B3n%20de%20su%20profesi%C3%B3n.>
- canarias, g. d. (2012). gobiernodecanarias. *gobiernodecanarias*, 1-41.
- carobucci. (2020, 05 25). *DISEÑO, EVALUACIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS*. Retrieved from DISEÑO, EVALUACIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS: <https://proyectosuntref.wixsite.com/proyectos/profile/carobucci/profile>
- Carrilo. (2019). *Competencia*.
- Constitución de la República del Ecuador. (2021, Julio 13). *Capítulo séptimo*. Retrieved from Sector público Art. 225.: https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Córdoba Padilla. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogota: Formulación y evaluación de proyectos / Marcial Córdoba ; adaptador Francisco.
- Daniel Aguirre. (2022, 07 14). *Empresa de Servicios*. Retrieved from Empresa de Servicios: <https://actualicese.com/definicion-de-una-empresa-comercial/>

D'economía. (2018, 12 14). *D'economía* . Retrieved from D'economía :
<http://www.deconomiablog.com/2014/07/factores-de-localizacion-de-la-empresa.html#:~:text=Los%20factores%20de%20localizaci%C3%B3n%20son,la%20instalaci%C3%B3n%20de%20la%20empresa.>

Dravenche, N. B. (2021, 04 18). *Niveles Org.* Retrieved from Niveles Org.:
<https://es.linkedin.com/pulse/la-importancia-de-los-niveles-organizacionales-para-una-dravenche#:~:text=Los%20niveles%20o%20pir%C3%A1mide%20organizacionales,a%20autoridad%20y%20realizan%20diferentes%20tare.>

dx. (2020, 12 12). *dx.* Retrieved from dx.: <https://www.edx.org/es/aprende/ingenieria-de-proyectos>

Economico, O. (2019, 11 25). *Observatorio Economico Social UNR.* Retrieved from Observatorio Economico Social UNR: <https://observatorio.unr.edu.ar/utilizacion-de-la-capacidad-instalada-en-la-industria-2/>

editorial, E. (2021, 07 16). *Proyecto de inversión.* Retrieved from Proyecto de inversión:
<https://concepto.de/proyecto-de-inversion/>

eserp. (2021, 09 19). *eserp.* Retrieved from eserp: <https://es.eserp.com/articulos/que-es-el-flujo-de-caja/>

Espejo Lupe y López Genoveva. (2018).

Espejo Lupe y López Genoveva. (2018). *Contabilidad General. Enfoque con normas internacionales financieras*. Loja - Ecuador: Editorial de la Universidad Tecnica Particular de Loja.

Etecé, E. (2020, 10 12). *Infraestructura*. Retrieved from Infraestructura: <https://concepto.de/infraestructura/>

Etecé, E. (2022, 08 17). *concepto*. Retrieved from concepto: <https://concepto.de/estructura-organizacional/>

euroinnova. (2020, 08 05). *euroinnova*. Retrieved from euroinnova: <https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-un-analisis-financiero-y-para-que-sirve#:~:text=Realmente%2C%20es%20un%20tipo%20de,si%20los%20resultados%20son%20negativos.>

euroinnova. (2020, 08 24). *euroinnova*. Retrieved from euroinnova: <https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-el-estudio-organizacional-de-una-empresa>

Fernández. (2018). *Segmentación de mercados*. Chimborazo: La Caracola Editores.

Fernández. (2020).

Flores, J. (2021, 10 19). *HubSpot*. Retrieved from HubSpot: <https://blog.hubspot.es/sales/punto-equilibrio-empresa>

García. (2020).

- Gómez, G. (2019, 12 14). *gestiopolis*. Retrieved from gestiopolis:
<https://www.gestiopolis.com/evaluacion-financiera-de-proyectos-caue-vpn-tir-bc-pr-cc/#:~:text=La%20evaluaci%C3%B3n%20de%20proyectos%20por,problemas%20en%20el%20largo%20plazo>
- Gonzalez, M. (2022, 10 14). *questionpro*. Retrieved from questionpro:
https://www.questionpro.com/es/estudio-de-mercado.html#como_realizar_estudio_mercado
- Guide, S. (2019, 11 29). *IONOS*. Retrieved from IONOS:
<https://www.ionos.es/startupguide/gestion/oferta-y-demanda/>
- H., M. L. (2020, 07 24). *euroinnova*. Retrieved from euroinnova:
<https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-el-estudio-tecnico-de-un-proyecto#:~:text=Un%20estudio%20t%C3%A9cnico%20permite%20proponer,de%20cada%20una%20de%20ellas>.
- J. R. (2022, 11 09). *Qué es la factibilidad*. Retrieved from Qué es la factibilidad:
<https://blog.hubspot.es/sales/que-es-factibilidad>
- LATAM, T. (2023, 01 19). *fao*. Retrieved from fao:
[https://www.fao.org/3/v8490s/v8490s06.htm#:~:text=Los%20costos%20de%20producci%C3%B3n%20\(tambi%C3%A9n,producci%C3%B3n%20indica%20el%20beneficio%20bruto](https://www.fao.org/3/v8490s/v8490s06.htm#:~:text=Los%20costos%20de%20producci%C3%B3n%20(tambi%C3%A9n,producci%C3%B3n%20indica%20el%20beneficio%20bruto).
- Lopez, E. y. (2018).

Lopez, E. y. (2020).

Manrique, J. M. (2019). *Introducción a la Auditoría*. (E. C. (Trujillo)., Ed.) Perú: ISBN: 978-612-4308-14-7.

minsa. (2020, 09 17). *minsa*. Retrieved from minsa:
<http://bvs.minsa.gob.pe/local/MINSA/1760-2.pdf>

Org. (2022, 02 14). *wikipedia*. Retrieved from wikipedia:
https://es.wikipedia.org/wiki/Utensilio_de_cocina

Pasaca. (2017). *FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS*. Loja.

Pérez, A. (2021, 04 23). *OBS Business School*. Retrieved from OBS Business School:
<https://www.obsbusiness.school/blog/estudio-financiero-en-que-consiste-y-como-llevarlo-cabo>

Pérez, A. (2021, 03 29). *OBS Business School*. Retrieved from OBS Business School:
<https://www.obsbusiness.school/blog/organizacion-empresarial-caracteristicas-objetivos-y-tipos-de-organizacion>

profima. (2018, 03 12). *Evaluación Financiera de Proyectos*. Retrieved from Evaluación Financiera de Proyectos: <https://www.profima.co/blog/finanzas-corporativas/39-evaluacion-financiera-de-proyectos>

- profima. (2018, 03 12). *Profima*. Retrieved from Profima:
<https://www.profima.co/blog/finanzas-corporativas/39-evaluacion-financiera-de-proyectos>
- Quiroa, M. (2019, 11 06). *Mano de obra*. Retrieved from Mano de obra:
<https://economipedia.com/definiciones/mano-de-obra.html>
- Quiroa, M. (2020, 08 02). *Proceso productivo*. Retrieved from Proceso productivo:
<https://economipedia.com/definiciones/proceso-productivo.html>
- Riaza, Á. A. (2020, 04 29). *Qué es la estructura organizacional*. Retrieved from Qué es la estructura organizacional: <https://www.bizneo.com/blog/estructura-organizacional/>
- Rodrigues, N. (2022, 04 13). *HubSpot*. Retrieved from HubSpot:
<https://blog.hubspot.es/sales/precios-de-venta#:~:text=Un%20precio%20de%20venta%20es,intercambian%20en%20una%20operaci%C3%B3n%20comercial.>
- Rodriguez, E. (2021, 07 16). *Proyecto de inversión*. Retrieved from Proyecto de inversión:
<https://concepto.de/proyecto-de-inversion/>
- Rodriguez, J. (2022, 11 09). *blog.hubspot*. Retrieved from <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-factibilidad#:~:text=La%20factibilidad%20en%20los%20negocios%20radica%20en%20que%20un%20proyecto,los%20tiempos%20y%20formas%20preestablecidos.>

RSyS, E. (2021, 10 27). *Responsabilidad Social*. Retrieved from <https://responsabilidadsocial.net/emprendimiento-que-es-definicion-tipos-caracteristicas-y-ejemplos/>

Santanilla, J. (1992). *Conoce a las Auditorías* (5 ed.). México: ECAFSA.

Santis, M. D. (20, 10 08). *appvizer*. Retrieved from [appvizer: https://www.appvizer.es/revista/organizacion-planificacion/gestion-proyectos/etapas-de-gestion-de-proyectos](https://www.appvizer.es/revista/organizacion-planificacion/gestion-proyectos/etapas-de-gestion-de-proyectos)

SAPAG CHAIN, N. (2011). *PROYECTOS DE INVERCION formulacion y inversion*. Chile: María Clare Andrade .

SAPAG CHAIN, N. (2011). *PROYECTOS DE INVERSIÓN*. Chile: María Clara Andrade.

SAPAG CHAIN, N. (2011). *PROYECTOS DE INVERSIÓN Formulación y Evaluación*. Chile: María Clara Andrade.

Silva, D. d. (2021, 03 21). *Content & SEO Associate, LATAM*. Retrieved from <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-estudio-de-mercado/>

Soda. (2020, 05 16). *ustadistancia*. Retrieved from http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20%28Segundo%20Momento%29/tamao_del_proyecto.html

Structuralia. (2021, 08 27). *Ingeniería de proyectos: principales cualidades y obligaciones*.

Retrieved from Ingeniería de proyectos: principales cualidades y obligaciones:

<https://blog.structuralia.com/ingenieria-de-proyectos>

sumup. (2020, 08 24). Retrieved from [https://www.sumup.com/es-](https://www.sumup.com/es-es/facturas/glosario/empresa/)

[es/facturas/glosario/empresa/](https://www.sumup.com/es-es/facturas/glosario/empresa/)

Tecnologico, C. (2019, 03 14). *mgd*. Retrieved from mgd:

<https://mgd.archivogeneral.gov.co/inicio/componentes-del-modelo/componente->

[tecnologico/#:~:text=Conjunto%20de%20actividades%20orientadas%20a,de%20recursos%20y%20su%20automatizaci%C3%B3n.](https://mgd.archivogeneral.gov.co/inicio/componentes-del-modelo/componente-tecnologico/#:~:text=Conjunto%20de%20actividades%20orientadas%20a,de%20recursos%20y%20su%20automatizaci%C3%B3n.)

UNIR. (2020, 04 20). *UNIR*. Retrieved from UNIR:

<https://www.unir.net/empresa/revista/metodologias-gestion->

[proyectos/#:~:text=La%20metodolog%C3%ADa%20de%20gesti%C3%B3n%20de,productos%20o%20servicios%20que%20supone.](https://www.unir.net/empresa/revista/metodologias-gestion-proyectos/#:~:text=La%20metodolog%C3%ADa%20de%20gesti%C3%B3n%20de,productos%20o%20servicios%20que%20supone.)

untref. (2019, 11 09). *untref*. Retrieved from untref:

<https://proyectosuntref.wixsite.com/proyectos/post/importancia-del-estudio-legal>

Vigo. (2018). *Demanda del Mercado*.

Villagrán, J. A. (2018). *Proyectos de inversion*. Chimborazo: La Caracola Editores.

vozpopuli. (2019, 03 09). *estrategias de inversion*. Retrieved from estrategias de inversion:

[https://www.estrategiasdeinversion.com/herramientas/diccionario/economia/capacida](https://www.estrategiasdeinversion.com/herramientas/diccionario/economia/capacidad-utilizada-de-una-empresa-t-)
[d-utilizada-de-una-empresa-t-](https://www.estrategiasdeinversion.com/herramientas/diccionario/economia/capacidad-utilizada-de-una-empresa-t-)

a las importaciones, los Estados Unidos de América, los Países Bajos y China representan en conjunto el 42% del total de las importaciones mundiales de derivados del coco

Ecuador desde sus inicios se basó su producción a través de los recursos primarios: cacao, banano, café, atún, flores, camarón y otros que se obtienen directamente de la naturaleza y cuya comercialización no involucra mayor transformación o valor agregado. A partir de los años setenta el boom petrolero transforma el sistema de la matriz productiva, pasando de una producción agrícola a una industrial, pero fundamentada en un recurso de tipo natural.

Las pérdidas de alimentos en la etapa de producción primaria pueden obedecer a numerosos factores, incluidos pero sin limitarse a ellos, los siguientes: plagas o fenómenos meteorológicos adversos, daños sufridos durante la cosecha, falta de infraestructura de almacenamiento adecuada, exigencias o requisitos de carácter estético o de tamaño, y variabilidad económica o de mercado (es decir, elementos como cancelación de pedidos, términos contractuales estrictos, variabilidad de precios o elevados costos de mano de obra).

Las actividades agrícolas en Ecuador contribuyen a la generación de capital que permite movilizar a la industria secundaria, sin embargo, las estructuras agrarias ecuatorianas aún no alcanzan niveles que les consientan transformar sistemas agroindustriales que generen sinergia financiera y comercial. El crecimiento económico se ve influenciado por la productividad que en materia agrícola se desarrolla a nivel estatal vía oferta de producción y exportaciones agrícolas, así, las políticas sectoriales industriales afectan negativamente al sector agrícola, afligiendo de manera importante a los recursos que se movilizan en estas secciones. Invertir en agricultura no solo implica destinar el capital, incluye emprender acciones sostenibles que sean manejadas por instituciones que fomenten el desarrollo, investigación e innovación de las capacidades humanas destinadas a este sector.

En el Ecuador existe una gran producción de coco. Esta se centra en la región Costa con aproximadamente un 85%, tanto en las provincias de Esmeraldas, Manabí, Guayas, Los Ríos y El Oro, donde su demanda se basa en el agua y pulpa de esté. El coco es una fruta tropical obtenida del cocotero, la palmera más cultivada a nivel mundial. El cocotero es un árbol que

se cultiva de manera permanente en climas tropicales, esta palmera puede alcanzar hasta 30 metros o más de altura.

En la provincia de Loja, en el cantón de Loja existe la producción de coco, pero en pequeñas cantidades, debido a que no hay una empresa a que se dedique a la comercialización en grandes cantidades, o que disponga de la tecnología o la formación necesaria para procesar un producto de calidad y maximizar la producción del producto elaborado para satisfacer la demanda existente.

En la ciudad cada año surgen nuevos emprendimientos, pero por desgracia todas las ideas de un negocio tienden a fracasar las razones de estos fracasos pueden ser:

La falta de conocimiento en la gestión humanitaria por parte de las personas que emprender un negocio menor genera que éstos no realizan estudios de mercado y así la rentabilidad esperada es la que implica a que estos emprendimientos no crezcan y por tanto cierren sus actividades.

Por el factor económico las personas no emprenden ya que vendría hacer un gran gasto y no saben cómo les ira en el futuro, si tendrán ganancias o pérdidas.

Una de las principales razones del prematuro fracaso en los emprendimientos en la ciudad es la inexistencia de planificación, debido a que no se cuenta con una base preliminar donde se haya fijado objetivos o ideas concretas en lo que se va a realizar.

Por otra parte, existe mucha desinformación con respecto al manejo de la producción y las operaciones que conlleva esto en parte se produce al poco interés en el desarrollo del negocio.

Se suma la falta de apoyo institucional por parte de las autoridades de la localidad para lograr que las personas de la ciudad materialicen sus ideas de negocio.

Sin embargo, con la realización de este proyecto de factibilidad se pretende mostrar a partir del ejemplo que es posible concretar un emprendimiento siempre y cuando se cumpla todos los estudios técnicos necesarios. El objetivo es ofertar un producto que pueda ser

comercializado a gran escala que permita crear puestos de trabajo para las personas de la ciudad optimizar la economía de los productores y mejorar la nutrición y la salud de la población ofreciendo productos saludables. Además de ello con este tipo de emprendimientos se busca demostrar que existen alternativas diferentes para contribuir a la sociedad de forma sana y aprovechando los recursos de la localidad.

En función a lo planteado es conveniente delimitar el problema objeto del proyecto de factibilidad de la siguiente forma:

¿Cuál es la factibilidad de la creación de una empresa productora y comercializadora de miel de coco?

En base al problema formulado se realiza la siguiente sistematización:

¿Cómo incide en la determinación de realizar un estudio de mercado de la empresa productora y comercializadora de miel de coco para determinar la oferta y demanda en la ciudad de Loja?

¿Cómo incide el estudio técnico, tamaño, localización e ingeniería del proyecto para establecer la estructura de la empresa?

¿Cómo influye un estudio económico – financiero, para establecer la inversión del proyecto?

¿Cómo influye la aplicación de las herramientas de la evaluación financiera en la determinación de la viabilidad de la creación de la empresa?

c. Objetivos de Investigación

Objetivo General

Determinar la factibilidad para la creación de una empresa de miel de coco, en la ciudad de Loja con el fin de establecer la viabilidad técnica, económica y financiera.

Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda en la ciudad de Loja.
- Realizar un estudio para determinar el estudio técnico, ingeniería del proyecto y la estructura administrativa y legal.
- Realizar un estudio económico-financiero, para establecer la inversión total del proyecto, costos de producción, precios de venta, presupuestos proyectados y flujo de caja.
- Aplicar las herramientas de evaluación financiera, para determinar el valor neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR), periodo de recuperación de capital (PRC), relación beneficio costos (B/C) y análisis de sensibilidad.

Anexo 2

Encuesta

ENCUESTA PARA DETERMINAR EL PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MIEL DE COCO EN LA CIUDAD DE LOJA, PROVINCIA DE LOJA

La encuesta ES con fines académicos, por lo que se solicita muy comedidamente su colaboración, la encuesta es totalmente confidencial cuyos resultados se darán a conocer en forma tabulada y serán expuestos en el Trabajo de Integración Curricular. Es fundamental que sus respuestas sean basadas en la verdad.

INFORMACIÓN GENERAL:

Instrucciones: Coloque un visto (✓) en la alternativa que crea correspondiente.

Coloque un visto a que género pertenece:

- a) Masculino ()
- b) Femenino ()

1. Coloque un visto si ha consumido miel de coco.

- a) Si ()

b) No ()

Si su respuesta es favorable continúe con la encuesta, si su respuesta es negativa le agradecemos su colaboración.

2. Coloque un visto en que presentación adquiere actualmente la miel de coco.

- a) 15g ()
- b) 140g ()
- c) 200g ()
- d) 350g ()
- e) 750g ()

3. Coloque un visto la cantidad de miel de coco que usted consume mensualmente.

- a) De 250ml a 499ml ()
- b) De 500ml a 749ml ()
- c) De 750ml a 1000ml ()

4. Coloque un visto en la marca de miel de coco que usted adquiere.

- a) Karay Foods ()
- b) Dicomere ()
- c) EcoLovefds ()
- d) Otros ()

5. Coloque un visto el precio que usted cancela por el producto de miel de coco.

- | | | | | | | |
|-----------|--------|-----|--------|-----|--------|-----|
| a) 250 ml | \$1,50 | () | \$2,50 | () | \$3,50 | () |
| b) 500ml | \$2,50 | () | \$3,50 | () | \$4,50 | () |
| c) 750ml | \$3,50 | () | \$4,50 | () | \$5,00 | () |
| d) 1000ml | \$4,50 | () | \$5,50 | () | \$6,00 | () |

6. Coloque un visto en que lugares adquiere la miel de coco.

- a) Bar escolar ()
- b) Tienda de barrio ()
- c) Centro comercial ()
- d) Bodegas ()
- e) Farmacias ()
- f) Micro mercados ()

7. Seleccione con un visto cuales son los medios de comunicación que más utiliza o frecuenta.

- a) Televisión ()
- b) Radio ()
- c) Instagram ()
- d) Facebook ()
- e) WhatsApp ()
- f) Twitter ()
- g) TikTok ()

8. Seleccione con un visto el tipo de oferta o promoción que le dan cuando usted compra el producto.

- a) Cupones o vales de descuentos ()
- b) Descuento marcado por el propio producto ()
- c) Acumulación de puntos ()
- d) Concursos y sorteos promocionales ()

9. Seleccione con un visto, cuál es su actividad económica a la que se dedica frecuentemente.

- a) Directores y gerentes. ()
- b) Profesionales científicos e intelectuales. ()

- c) Técnicos y profesionales del nivel medio. ()
- d) Personal de apoyo administrativo. ()
- e) Trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados. ()
- f) Agricultores y trabajadores calificados agropecuarios, forestales y pesqueros. ()
- g) Oficiales, operarios y artesanos de artes mecánicas y de otros oficios. ()
- h) Operadores de instalaciones y máquinas y ensambladores. ()
- i) Ocupaciones elementales o ocupaciones militares. ()

10. Seleccione en que presentación compra frecuentemente el producto.

- a) En vaso de vidrio. ()
- b) En funda de plástico. ()

11. Si se implementa una empresa dedicada a la producción y comercialización de miel de coco, usted estaría dispuesto adquirir a la misma.

- a) Si ()
- b) No ()

12. Que sugerencias daría para que la empresa logre los propósitos u objetivos económicos.

Anexo 3

Certificado de traducción de ingles (Abstract)



BRYAN DARIO RUIZ QUEZADA
PERITO ACREDITADO POR EL CONSEJO DE LA JUDICATURA
PARA EL IDIOMA INGLÉS



Loja 8 de enero de 2024

A quien corresponda. –

Yo, Bryan Darío Ruiz Quezada, con numero de cedula 1104343064, en mi calidad de Perito Acreditado por la Judicatura para el Idioma Inglés (credencial vigente adjunta), certifico que he traducido el resumen del trabajo de investigación denominado **“Proyecto de Factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de miel de coco en la ciudad de Loja, de la provincia de Loja”** perteneciente al Sr. **Jaime Andrés Coronel Chamba** con número de cédula **1150600508**, estudiante de la Carrera de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Nacional de Loja.

Además, dejo sentado que, de ser necesario, puedo ser contactado posteriormente en caso de necesitar cualquier aclaración respecto del presente documento.

Atentamente:



Firmado electrónicamente por:
BRYAN DARIO RUIZ
QUEZADA

Ing. Mgs. Bryan Ruiz Q.
PERITO CALIFICADO
LICENCIA No. 1258631



0993740174

email: bryan_d1990@hotmail.com